مدخل إلى
جغرافية السياحة

الوراق
للنشر والتوزيع
www.alwaraq-pub.com

د. عبدالقادر إبراهيم حماد
د. ناصر محمود عبد

مدخل إلى جغرافية السياحة

مدخل إلى جغرافية السياحة

تأليف

د. عبدالقادر إبراهيم حماد　　　　د. ناصر محمود عبد

للنشر والتوزيع
الوراق
www.alwaraq-pub.com

محكم علمياً
الطبعة الثانية
2013

كل الحقوق محفوظة

٣٣٨,٤٧٩١

حماد، عبدالقادر ابراهيم

مدخل الى جغرافية السياحة/عبدالقادر ابراهيم حماد، ناصر محمود عبد .ـ عمان مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢ .

( ) ص.

ر.أ. : (٣١٥٩/ ٨ / ٢٠١٢) .

الواصفات :/السياحة/

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

جميع حقوق الملكية الأدبية محفوظة و يحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إدخاله على الكمبيوتر أو على اسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر والمؤلف خطيا

(ردمك) ISPN : 978 - 9957 - 33 - 311- 9

مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع

شارع الجامعة الأردنية - عمارة العساف - مقابل كلية الزراعة - تلفاكس 00962 6 5337798

ص . ب 1527 تلاع العلي - عمان 11953 الأردن

e-mail : halwaraq@hotmail.com

www.alwaraq-pub.com - info@alwaraq-pub.com

بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة الإسلامية – غزة
The Islamic University - Gaza

شئون البحث العلمي

Ext:1140

Email: research@iugaza.edu.ps

الرقم: ج س غ/35/2012-1/8/28 Ref

التاريخ 2012/06/02م Date

نتيجة تحكيم كتاب

الأخ الدكتور/ عبد القادر إبراهيم حماد حفظه الله

الأخ الدكتور/ ناصر محمود عيد حفظه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

يطيب لنا أن نبعث إليكم بخالص تقديرنا لرغبتكم في تحكيم الكتاب الموسوم بـ:

"مدخل إلى جغرافية السياحة"

وبعد استيفاء كافة إجراءات التحكيم الخاصة بهذا الكتاب والاطلاع على تقارير المحكمين، فقد تقرر

"اعتبار هذا الكتاب صالح ككتاب تدريسي للتقدم به للترقية"

مع تمنياتنا بدوام التقدم والاهتمام بالبحث العلمي.

والله ولي التوفيق،،،

نائب رئيس الجامعة لشئون البحث العلمي

د. طالب حماد أبو شعر

صورة للملف.

المحتويات

الموضوع	الصفحة
تمهيد	11
الفصل الأول: السياحة. . . الظاهرة والمفهوم	
السياحة. . . الظاهرة والمفهوم	17
مفاهيم أساسية	17
السياحة والجغرافيا	23
جغرافية السياحة	28
تطور التاريخ العلمي لجغرافية السياحة ووقت الفراغ	30
مناهج البحث في جغرافية السياحة	37
الفصل الثاني: تاريخ السياحة	
تاريخ السياحة	49
المرحل التاريخية لتطور ظاهرة السفر والسياحة	49
التطور التاريخي للسياحة في فلسطين	67
الفصل الثالث: أنواع وأنماط السياحة	
عدد الأشخاص المسافرين	87
وسيلة الانتقال المستخدمة في السفر	88
السن والجنس	88
مستوى الإنفاق	89
الموقع الجغرافي	90
طبيعة الموسم السياحي	91
معيار التأثير على ميزان المدفوعات	94
معيار القيود الإدارية	95
معيار الهدف من السياحة	95
أنماط سياحية حديثة	111

الموضوع	الصفحة
الفصل الرابع: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة	
خصائص صناعة السياحة	118
الآثار الاقتصادية للسياحة	122
موازنة ميزان المدفوعات	123
تحقيق التوازن الاقتصادي داخل حدود الدول السياحية	131
خلق فرص عمل	131
السياحة والمستوى العام للأسعار	139
السياحة مصدر للإيرادات	140
تنشيط الحركة التجارية في المناطق السياحية	141
أثر السياحة على الدخل	141
بعض مشكلات الاعتماد الاقتصادي الكبير على السياحة	143
الآثار الاجتماعية للسياحة	144
تنمية الأذواق واقتباس الثقافة	145
تنمية وتطوير المناطق الأقل تقدماً في الدولة	147
تنمية الثروة على المستوى العالمي	147
التطور الاجتماعي	147
النمو الحضاري	148
تأثير السياحة على السكان	148
تأثير السكان على النواحي الصحية	150
السياحة والجرائم	150
تأثير السياحة على العمران	152
الفصل الخامس: عوامل الجذب السياحية الجغرافية الطبيعية والبشرية	
عوامل الجذب السياحية الجغرافية الطبيعية	163
الموقع	163
المناخ	165

الموضوع	الصفحة
الشكل العام	177
المسطحات المائية	180
البنية والتركيب الجيولوجي	184
الحياة الحيوية والجذب السياحي	187
عوامل الجذب السياحية الجغرافية البشرية	196
العقيدة الدينية	196
الأوضاع السياسية	199
تركيب السكان	204
العاملون في القطاع السياحي	208
وقت الفراغ	210
الدخل ومستويات المعيشة	220
الاستعمار القديم	223
التاريخ والثقافة	223
الإقامة والخدمات والترفيه	224
النقل	226
الفصل السادس: النقل والخدمات	
النقل والخدمات	233
التطور في نمو وسائل النقل وأثرها على السياحة	236
طرق النقل	238
تطور ونمو السياحة وعلاقته بالنقل	239
قائمة المصادر والمراجع	245

تمهيد:

تمثل السياحة اليوم ظاهرة اقتصادية آخذة في النمو السريع، وبفضل ارتباطها بالحركة أصبحت ذات علاقة بالبيئة سلباً أو إيجاباً. وفي مواجهة الحياة، المعقدة، ونتيجة للزيادة المستمرة في وقت الفراغ مقابل أوقات العمل، أصبح واجب على المهتمين بالتخطيط والسياسيين أن يوجهوا طاقات أفراد مجتمعاتهم في أوقات الفراغ بما يفيد المجتمع والأفراد، ونتيجة لتعدد وتنوع وتعقد الحياة والتزاماتها ومشكلاتها حضارياً، واختياراً بيئياً ومقياساً لرقي الأمم والشعوب، أخذت السياحة اهتماماً عالمياً بسبب كثرة الدول والأفراد المشاركين فيها، ورؤوس الأموال التي تنفق عليها، وآثارها البيئية والاقتصادية والاجتماعية المترتبة عليها، ولهذا نجد الدول تتسابق في الاهتمام بالسياحة أملاً في مردودها الاقتصادي والاجتماعي، كذلك تتنافس العلوم في دراستها، كل يركز على جانب معين من جوانبها المختلفة.

وتعتبر السياحة صناعة متشابكة مع كثير من الصناعات والخدمات التي تغذيها وتكملها، وتنتشر هذه الصناعات المغذية والمكملة في قطاعات عديدة: زراعية وصناعية، وفي قطاعات النقل والتشييد والبناء، والخدمات المصرفية والمواصلات، والالكترونيات وغيرها. ولذلك فانتعاش السياحة يؤدي إلى انتعاش كل هذه الصناعات والخدمات، وتقدر بحوالي 52 صناعة، وفي بعض الدراسات تقدر بـ 70 صناعة (اقلاديوس، 2001، ص 191).

والسياحة هي إحدى الظواهر الاقتصادية الاجتماعية التي يتمثل فيها نوع من حركة الإنسان في المكان، فهي إحدى مجالات الجغرافية البشرية التي ينعكس فيها ارتباط الإنسان بالأرض، بعد ما أصبحت السياحة أحد المطالب والحقوق

للإنسان في العصر الحديث. ولذلك على دارس جغرافية السياحة أن يراعي في دراسته أن صناعة السياحة تقوم على ثلاثة عناصر أساسية تتمثل في:

أولا : عامل الجذب في الموقع السياحي.

ثانيا : وسائل وطرق النقل لنقل السياح.

ثالثا : أماكن لإيواء السياح.

أي أن السياحة إنما تقوم على مقومات الجذب السياحي والخدمات السياحية.

إن التزايد السريع في عدد النشرات والأبحاث والمؤتمرات والندوات السياحية، وقيام الاتحاد الجغرافي العالمي IGU بإنشاء لجنة "جغرافية السياحة ووقت الفراغ **Geography of tourism and leisure**، وكذلك أخذ جغرافية السياحة ووقت الفراغ بعين الاعتبار في الخطط التعليمية، وفي مناهج الجامعات ليس سوى مؤشرات على التطور السريع لهذا الفرع.

وصفوة القول أن الجغرافيا بكل فروعها لا غنى عنها للسياحة، كما أنها تمثل الأدوات التي تحدد أسلم الطرق وأيسرها لاستغلال الإمكانيات السياحية، إذ لا يوجد علم يتضمن عناصر البيئة أكثر من علم الجغرافية. والخبرة الجغرافية إذا توافرت عند وضع أية خطة للتنمية السياحية فإنها ستكفل لها النجاح، خاصة أن الجغرافيا سائرة فعلاً وبخطى سريعة نحو توسيع مجالات الإفادة منها، يدل على ذلك أن الاهتمام بها أصبح كبيراً في مشروعات التنمية الاقتصادية في عديد من المجالات لتقديمها معلومات منتقاة مفيدة من الظروف الطبيعية والبشرية للإقليم، حتى يمكن وضع خطة سليمة للتنمية. وبما أن التنمية ترمي إلى حسن استغلال إمكانيات الإقليم، فالجغرافية بكل فروعها تمثل الأدوات التي تحدد أسلم الطرق وأيسرها لاستغلال هذه الإمكانيات، إذ لا يوجد علم يمتد مجاله ليشمل كل عناصر البيئة أكثر من علم الجغرافيا، هذا من حيث المضمون، أما من

حيث الأسلوب أو المنهج فهو يعتمد على الربط والتحليل مما يسهم في معالجة مشاكل التنمية السياحية .

ويأتي هذا الكتاب كجهد متواضع من الباحثين، كمساهمة في تزويد طلبة أقسام الجغرافيا في الجامعات الفلسطينية والعربية، وأقسام السياحة والآثار، بمادة علمية حول" الجغرافيا السياحية" مع نماذج وأمثلة وتطبيقات على فلسطين ودول عربية وأجنبية مختلفة.

واشتمل الكتاب على ستة فصول حيث ركز **الفصل الأول** على السياحة كظاهرة ومفهوم، كما تضمن بعض المفاهيم الأساسية، مع بيان العلاقة بين السياحة والجغرافيا، وتطور التاريخ العلمي لجغرافية السياحة ووقت الفراغ، إضافة إلى مناهج البحث في جغرافية السياحة.

وتطرق **الفصل الثاني** إلى تاريخ السياحة، والمراحل التاريخية لتطور ظاهرة السفر والسياحة، وسمات السفر في المراحل التاريخية المختلفة، مع استعراض التطور التاريخي للسياحة في فلسطين منذ أقدم العصور وحتى يومنا الحالي.

واشتمل **الفصل الثالث** على أنواع وأنماط السياحة بناءً على العديد من المتغيرات، بينما استحوذت الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة على **الفصل الرابع**، مع بيان خصائص صناعة السياحة، كما تم استعراض بعض التأثيرات الناجمة عن صناعة السياحة على فلسطين وأقاليم أخرى في العالم.

وتطرق **الفصل الخامس** إلى عوامل الجذب السياحية الجغرافية الطبيعية والبشرية المؤثرة في السياحة، بينما تعرض **الفصل السادس** إلى النقل والخدمات وعلاقتهما بالسياحة، وأثر التطور في وسائل النقل على السياحة.

ورغم الجهد الذي بذل في وضع هذا الكتاب، فإنه في حاجة إلى المزيد من التنقيح والإضافات، فكل عمل بشري يحتوي على الكثير من نقاط الضعف، ذلك أن الكمال لله سبحانه وتعالى.

ولا يملك المؤلفان إلا أن يتضرعا إلى المولى القدير سبحانه وتعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن يسد ثغرة في المكتبة العربية، وأن يصبح عوناً وسنداً للطلبة والمتخصصين والمهتمين بهذا الجانب الحيوي والهام.

وعلى الله وحده التوفيق والنجاح في النية والمسعى، إنه نعم المولى ونعم النصير.

د. عبد القادر حماد

د. ناصر عيد

الفصل الأول
السياحة الظاهرة والمفهوم

للنشر والتوزيع
الوراق
www.alwaraq-pub.com

السياحة الظاهرة والمفهوم

يتميز الإنسان بفطرته بحبه للاستطلاع فيما يتصل بالعالم الذي يعيش فيه، فنحن نتوق إلى معرفة ماذا تكون عليه الأماكن الأخرى، وماذا تشابه، وكيف يكون الناس في أي مكان آخر، ما هي ثقافتهم، وما هي الحيوانات في هذا المكان، والحياة النباتية والتضاريس. (ماكنتوش وآخرين، 2002، ص 21)، فالسفر منذ أقدم حقبة تاريخية له سحره على الإنسان، يحثه على كشف المجهول، واكتشاف أماكن جديدة وغريبة، وعلى البحث عن تغيرات البيئة، وعلى اكتساب خبرات جديدة والسفر لتحقيق هذه الأهداف ليس بجديد. والسياحة كما ندرك من مدلولها اليوم حديثه العهد نسبياً، و تتميز السياحة عن السفر الذي كان يمارس في الماضي بطابعها الجماعي. ولقد تزايد انتقال الناس الجماعي سنويا من مقر إقامتهم إلى أماكن أخرى مؤقتة لبضعة أيام، أو أسابيع بدرجة كبيرة جداً، وإن لم يكن تزايداً تاماً في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية (روبنسون، 1985، ص 3) من القرن العشرين.

أولاً: مفاهيم أساسية:

أصبحت السياحة اكبر ظاهرة في التجارة الخارجية للعالم، وبالرغم من إمكانية تعريفها كنشاط اجتماعي له بعض الاختلافات عن الصناعة، إلا أنها توصف بأنها صناعة ذات أبعاد مختلفة.

وتعد هذه الصناعة صناعة خدمات تستوعب أعدادا كبيرة للتوظف في الأنشطة التي ترتبط بها وتمثل الصناعة برمتها وهي الإقامة والنقل والترفيه.

ويحسن لاستكمال الإطار الخاص بأبعاد ظاهرة السياحة دراسة المفاهيم الخاصة بظاهرة السياحة، وهي مفاهيم متداخلة يشوبها الكثير من التداخل لاشتراكها في صفة أساسية وهي السعي إلى شغل أوقات الفراغ.

- تعريف السياحة:

للسياحة أكثر من تعريف، ويختلف كل منها عن الآخر بقدر اختلاف الرؤية لكل منها للنشاط السياحي.

فقد يعرف النشاط السياحي من ناحية كونه ظاهرة اجتماعية، أو ظاهرة اقتصادية، أو ظاهرة تنمية للعلاقات الدولية، سواء أكانت تنمية للعلاقات التجارية أو الإنسانية أو الثقافية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 5). ويعود مفهوم السياحة لكلمة رحلة أو جولة "Tour" المشتقة من الكلمة اللاتينية " Torn ". وفي عام 1643 ولأول مرة تم استخدام مفهوم السياحة "Tourism" ليدل على السفر أو التجوال من مكان إلى آخر. ويتضمن المفهوم كل المهن والتي معاً تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين (مقابلة وذيب، 2000، ص 18).

وحسب تحديد الأمم المتحدة الذي ورد في قرارات مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر بروما عام 1963 والذي تبناه الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية "IUOTO" عام 1968، فإن مفهوم السياحة يعني حركة الأفراد والجماعات خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها لفترة تزيد عن أربع وعشرين ساعة، وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الغرض من السفر العمل أو الدراسة أو المرور، وهذا يتضمن بالضرورة إنفاق مبلغ من المال في مكان آخر غير المكان الذي اكتسب فيه. وهذا التعريف لا ينطبق على الأفراد الذين يقضون جزءاً من أوقات فراغهم ضمن الحدود الدولية لبلدانهم (صالح، 1996، ص 277).

السفر في رحلة طويلة (الترحال) Travel يمكن أن يعتبر سياحة إذا توافرت فيه ثلاثة شروط، أن يكون مؤقتاً، أن يكون بشكل طوعي غير إجباري، وأن لا يكون فيه البحث عن العمل أو نشاطات ربحية (مقابلة وذيب، 2000، ص 18).

وظهر مفهوم السياحة الحديثة في النصف الثاني من القرن التاسع عشر مع تطور المجتمعات الصناعية في غرب أوروبا وشمال أمريكا تتميز بنمو مضطرد بالسياحة الجماعية Mass Tourism ، والتطور والتغير السريع في النقل الجوي والبحري

وغيرها من الظواهر الأساسية، وهكذا يمكن تعريف السياحة على أنها: "مجموعة الظواهر والأحداث والعلاقات الناتجة عن السفر والإقامة لغير أصحاب البلد، والتي لا يكون لها أي ارتباط بأي نشاط ربحي أو نية للإقامة الدائمة، حيث تكون بمثابة الحركة الدائرية التي يبدأ فيها الشخص أو المجموعة الترحال بداية من البلد الأصلي أو مكان الإقامة الدائمة، وبالنهاية العودة إلى نفس المكان (مقابلة وذيب، 2000، ص 18).

ويرى آخرون أن السياحة هي: "ظاهرة انتقال الأفراد بطريقة مشروعة إلى أماكن غير موطن إقامتهم الدائمة لفترة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة، ولا تزيد عن سنة لأي قصد كان عدا الحصول على عمل، وما يترتب عن ذلك من آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وحضارية وإعلامية (الحوري والدباغ، 2001، ص 49).

في ضوء تعريف السياحة يتضح أنها ظاهرة بشرية يقوم بها الفرد أو الجماعة، وتعتمد هذه الظاهرة على الحركة والملاحظة والخبرة والتجربة والتفاعل والعلاقات ورأس المال والنقل والصناعة والتجارة.

(1) المسافر: "Traveler"

هو القائم برحلة بعيداً عن مقر إقامته الدائمة ولأي سبب من الأسباب يستثنى من ذلك رحلة العمل اليومية التي قد تضطر البعض إلى قطع مسافات متباينة الطول تفصل بين محال الإقامة ومقار العمل، سواء كان ذلك داخل دولة واحدة، أو عبر خط الحدود السياسية الفاصلة بين دولتين متجاورتين. ومعنى ذلك أن دائرة المسافر تتسم بأنها واسعة وشاملة للعديد من التعاريف التالية:

1- الزائر: visitor

هو الذي يقوم بزيارة مكان ما، والإقامة فيه بصورة مؤقتة، ودون أن يحاول الحصول على عمل فيه، أو تكون الزيارة لفترة زمنية قصيرة، وقد تكون في ضيافة آخرين، وبذلك يمكن تصنيف الزائرين إلى فئتين رئيسيتين هما:

أ- المتنزه excursionist

وهو الذي يقوم بنزهة في الهواء الطلق، أو برحلة قصيرة لا تتجاوز اليوم الواحد، وتشمل القائمين بزيارات يومية من اجل الاستجمام أو المشاركين في جولات بحرية ترويجية، لذا يمكن أن نطلق عليه اسم "المستجم" أي الذي استراح، وهي تعني في اللغة العربية "وجد الراحة"، فالمتنزه أي شخص يسافر بحثاً عن الراحة والسعادة لمدة تقل عن 24 ساعة دون ممارسة نشاط تجاري في المنطقة المقصودة (مقابلة وذيب، 2000، ص 20).

ب- السائح Tourist

هو الشخص الذي يترك مكان إقامته المعتاد إلى مكان آخر يمارس فيه بعض الأنشطة الترويحية أو الترفيهية شريطة أن يبيت ليلة واحدة على الأقل في مكان الهدف،وأن لا تطول مدة إقامته فيه عن عام كامل.

وهو المسافر من أجل المتعة والراحة على أن يقضي ليلة مبيت واحدة على الأقل Overnight Stay في المكان المقصود (الزوكة، 1996، ص 51).

ويمكن تقسيم السائح إلى قسمين هما:

- السائح الدولي " International Tourist :

وهو زائر مؤقت يعبر حدود بلاد غير بلده الأصلي أو محل إقامته الدائم بهدف قضاء أوقات الفراغ والمتعة والسرور leisure and pleasure ، التجارة Business، أو لقاء الأهل والأصدقاء .. الخ لفترة أكثرها سنة واحدة وأقلها 24 ساعة بقصد غير العمل أو البحث عن إقامة دائمة في البلد التي يزورها.

- السائح المحلي: Domestic Tourist :

هو الشخص الذي يسافر داخل بلده لمكان غير مكان إقامته المعتاد، ويقيم في وسائل الراحة التجارية لفترة لا تزيد عن ستة أشهر في المرة الواحدة لأسباب دينية،

اجتماعية، وتجارية .. الخ، شريطة أن لا يبحث أو ينوي الإقامة الدائمة في المنطقة التي يزورها أو حتى يمارس أي نشاط ربحي فيها(*).

(2) **الزائر العابر Transient Visitor** :

أي شخص يسافر في بلد غير بلده لفترة اقل من 24 ساعة شريطة أن يكون قد توقف stopover لفترة زمنية بسيطة، ولأسباب غير سياحية (مقابلة وذيب، 2000، ص 20).

وبناء على التعاريف السابقة يستبعد من فئة السائحين الفئات التالية:

- العاملون بالسلك الدبلوماسي والقنصلي.
- المقيمون في الثكنات والقواعد العسكرية المشيدة في الدول الأجنبية.
- اللاجئون.
- المهاجرون هجرة دائمة أو مؤقتة.
- المسافرون بطريقة الترانزيت.
- السكان الرحل.
- بعض سكان أقاليم الحدود الذين يلتحقون بأعمال في الدول المتاخمة.

وتضع بعض الدراسات شرط المسافة لتعريف السائح، حيث ينطبق هذا الشرط على كل إنسان يقطع مسافة خمسة وعشرين ميلا (40كم) يعتبر سائحا، وزيدت هذه المسافة في بعض الدول إلى مائة ميل (160كم) إضافة إلى قضاء ليلة في المكان المزار.

(3) **أماكن الإقامة السياحية:**

أي مرفق يقدم خدمة المبيت للسياح بانتظام أو بشكل عابر. وتنقسم أماكن الإقامة السياحية إلى مجموعتين رئيسيتين هما: المنشآت السياحية الجماعية، وأماكن الإقامة السياحية الخاصة (خربوطلي، 2002، ص 15).

(*) يمكن القول أنه من مجمل السياحة العالمية فان حوالي 90٪ هي سياحة داخلية، وفي كثير من الدول فان السياحة الداخلية تشكل ما يزيد عن 25 ضعف السياحة الدولية، كذلك فان حوالي 75-80٪ من المصروفات السياحية العالمية تصرف داخل نفس بلد المسافر أو السائح.

(4) السوق السياحي:

تطلق كلمة السوق السياحي على فئة متجانسة من السياح أو نمط سياحي أو شكل سفر (خربوطلي، 2002، ص 15).

(5) تعاريف متعلقة بإحصاء الإنفاق السياحي (خربوطلي، 2002، ص 16-17):

أ- الإنفاق السياحي: إجمالي النفقات الاستهلاكية التي ينفقها الزائر نظير رحلته وإقامته في مكان الزيارة، وتستبعد منها المشتريات لأغراض تجارية، الاستثمارات، العطايا والتبرعات.

ب- النفقات السياحية: وهي اشمل من الإنفاق، فهي تشمل: نفقات التحضير للرحلة، نفقات الرحلة، نفقات العودة، ولذلك فإنه في مجال السياحة الدولية تعد النفقات التي ينفقها الزائر في الرحلة إيرادات للبلد المستقبل، ونفقات للبلد المزار.

ج- الدخل السياحي: وهو الإيرادات بالعملات الأجنبية من السياحة الوافدة، وهي بالتعريف: "إنفاق الزوار الدوليين الوافدين بما فيها أجور النقل لشركات النقل الوطنية، وتدخل في ميزان المدفوعات متضمنة الإيرادات من زوار اليوم الواحد وفق توصيات دليل ميزان المدفوعات الصادر عن صندوق النقد الدولي.

د- إنفاق السياحة الخارجية: إنفاق الزوار المغادرين إلى بلدان أخرى، بما فيها أجور النقل على شركات النقل الأجنبية.

هـ- الإنفاق السياحي المحلي: إنفاق سفر الزوار المقيمين داخل بلد إقامتهم.

- تقسيمات الإنفاق السياحي: الأقسام الرئيسية للإنفاق السياحي هي (خربوطلي، 2002، ص 17):

1- نظام الصفقة الإجمالية، أي البرنامج السياحي بالكلفة الشاملة.

2- الإقامة وتشمل المبيت وخدماته.

3- الأغذية والمشروبات.

4- النقل بكافة وسائله ومداه.

5- الأنشطة الترويحية والثقافية والرياضية.

6- التسوق للمشتريات غير التجارية.

7- متفرقة.

ثانيا: السياحة والجغرافيا:

إن جميع الأنشطة الاقتصادية يدرسها العديد من أصحاب التخصصات المختلفة مثل: الاقتصادي، والمؤرخ وعديد غيرهم من العلماء الاجتماعيين. كذلك شأن الجغرافيا السياحية، وهي فرع من فروع الجغرافيا الاقتصادية، والأخيرة بدورها فرع من فروع الجغرافيا ولا تقتصر دراستها على تخصص معين بعينه، فقد تعالج من جانب اجتماعي أو جانب اقتصادي أو جانب سيكولوجي، أو جانب جغرافي أو جانب سياسي....الخ، إلا أن طريقة تناول كل منهم لها تختلف، وكذلك طريقة الجغرافي، فإنها تتميز أيضا عن طريقة أي منهم، وتتضح الكيفية التي تختلف فيها الجغرافيا عن غيرها من العلوم في دراسة الأنشطة البشرية في مفهوم الجغرافيا نفسه.

والسياحة واحدة من هذه الأنشطة إلا أنها تجمع بين أكثر من نشاط بشري، فهناك الجانب الاقتصادي وهناك الجانب العمراني، وهناك الجانب الحضاري، وهناك الجوانب التي ترتبط بمستويات معيشة الناس ورغباتهم وميولهم. كما أن هناك عديد من الموارد المتنوعة بطبيعتها سواء أكانت طبيعة أم بشرية أم حضارية، فالدراسة لهذا الموضوع هي في الواقع مجمع لدراسات جغرافية متنوعة. ومن هنا كانت مشكلة انتماء هذا الجانب من الدراسة لأي من مجالات التخصص الجغرافي، ولما كانت دراسة هذه الظاهرة تهدف في النهاية إلى نتائج عملية، فإنها بذلك تنتمي إلى ذلك الاتجاه الذي أخذ يتبلور أخيرا إلى جانب الجغرافية الأصولية متمثلا في الجغرافية التطبيقية (الحريري، 1991، ص 30-31).

- **العلاقة بين السياحة والجغرافيا:**

تتجه المدرسة الفرنسية في علم السياحة إلى التركيز على الناحية الجغرافية، ولذلك تذهب "ميشيل بربيه" في بحث عن الدراسة الجغرافية للسياحة (كامل، 1975، ص 18) إلى أن " الدراسات السياحية تختلف تبعاً لنمط المنطقة واتساعها،

وتبعاً للجهاز الذي يعهد إليه بهذه الدراسات، والفريق الذي يتولاها، والى جانب ذلك فانه لتحقيق الهدف المنشود تستخدم طرق علمية تختلف باختلاف من يتولى هذه الدراسات لتلاءم كلا منهم على حدة، فلكل منهم وجهة نظر مختلفة عن وجهات نظر الآخرين، بل قد تتعارض في بعض الأحيان وجهة نظر رجل القانون مع وجهة نظر الاقتصادي أو الفندقي أو الناقل للسياح، أو الصحفي، مع أن المعطيات السياحية تبقى ثابتة، لا تتغير بالنسبة لهم جميعا، فتحديد الوسائل التي تجهز بها منطقة ما سياحياً، ومدى ما ينتظر من تردد السياح عليها، وطاقتها على استيعاب هؤلاء السياح، وقياس علاقات السياحة بالوقائع الاجتماعية والاقتصادية أو الإنسانية البحتة، وإدراك المشاكل الإقليمية، وتحليل أهمية كل منها مع مراعاة ارتباطها بالمشاكل الأخرى، واقتراح الحلول المحتملة لكل منها، كل ذلك يبدو أنه دور يجب أن يقوم به الجغرافي.

- **السياحة والجغرافيا التطبيقية :**

يمكن تعريف الجغرافيا التطبيقية تعريفاً عريضاً بأنها:" التطبيق لمناهج جغرافية للمسح الشامل والبحث والتحليل والعرض بأسلوب علمي، أي بتخطيط طبيعي وإقليمي وبتطوير حضري (روبنسون، 1985، ص 8).

ويختلف مجال الجغرافية التطبيقية عن الجغرافيا التقليدية في أربعة مظاهر وهي:

أ- أن يكون البحث والدراسة الجارية موجه إلى هدف عملي.

ب- يتضمن البحث تقييم ونقد الظاهرة المدروسة.

ج- أن الغرض العملي للدراسات يتطلب عرض النتائج عرضاً كمياً.

د- طالما أن هذه الدراسة تضع اعتبارات للنمو والتوسع المستقبلي فانه يمكنها إعطاء تصورات وتنبؤات للمستقبل بمعنى أنها مبنية على أصول علمية.

من ذلك يتضح أن الجغرافيا التطبيقية تهدف إلى تقديم حلول وتقييم مشاكل محددة، أي أن اتخاذ نهج الجغرافيا التطبيقية من الضروري أن يعطي نتيجة علمية (الززيكي، 1964، ص 15).

ونظراً لأن الجغرافية السياحية تتضمن السمات الأربع السابقة، فإذا ما استخدمت هذه المعايير، يمكن أن تصل إلى وضع طيب لاعتبار جغرافية السياحة كمظهر للجغرافيا التطبيقية (روبنسون، 1985، ص 9).

ونظراً للزيادة المستمرة للمشاكل المتصلة بالدراسات السياحية مع زيادة تعقيداتها من حيث أن الباحث لا يتعامل فقط مع العوامل الطبيعية اللازمة للسياحة والاستجمام من مناخ، وموقع، والشكل العام للبيئة، وجميعها ترتبط بالجغرافيا الطبيعية، بل يتعامل أيضا مع العوامل الإنسانية الأخرى اللازمة للسياحة كالنواحي الاقتصادية المرتبطة بالخدمات السياحية، والنواحي الاجتماعية والثقافية، وهي نواح تنتمي إلى الجغرافيا البشرية وخاصة الجغرافيا الاقتصادية. ولما كانت جميع الدراسات الاقتصادية والطبيعية تهدف إلى حل مشكلة معقدة ألا وهي تنمية السياحة بمنطقة ما، فإن دراسة جغرافية السياحة تتوافق مع نهج دراسة الجغرافيا التطبيقية. وهكذا يتضح أن مجال السياحة ومجال الجغرافيا يلتقيان في العديد من المحاور والنقاط المشتركة، فضلاً عن تطابق دراسة السياحة مع مجال عمل الجغرافي حيث تقدم دراستها ميداناً خصباً للدراسات الجغرافية، باعتبار أن التنمية السياحية تمس العديد من الظاهرات وشعب مختلفة تدخل في نطاق عمل الجغرافي مثل التغير الديمغرافي، وفي حالة الرحلات الجماعية، والتغيرات التي تطرأ على المرافق العامة كشبكات النقل، والتغيرات التي تطرأ على أسلوب استخدام الأرض، وكذا النمو العمراني والثقافي .. الخ، هذا بالإضافة إلى أن السياحة تخلق أنماطاً من الحركة تضارع الحركة الناجمة عن رحلة العمل اليومية أو الهجرة، وتخضع لنفس وسائل الدراسة.

- **السياحة كظاهرة جغرافية:**

السياحة كظاهرة جغرافية لها مضمون واسع يعني التمتع بالمقومات الطبيعية والبشرية في الإجازات وأوقات الفراغ في غير مكان الإقامة المعتاد. وهي كنشاط يهدف إلى سد حاجات الفرد للراحة وحب الاستطلاع عن طريق الاستجمام والترفيه. والسياحة عملية تغيير مؤقت لمكان الإقامة ترتبط بهدف التعرف على مناطق

أخرى، وعلى نمط الحياة الاجتماعية والثقافية وطبيعة المكان في الموقع السياحي (أبو رباح، 1975، ص 25).

وتقتصر دراسة جميع الظواهر الجغرافية المتعلقة بالسياحة على الجغرافيا السياحية، وهي مهمتها دون غيرها، بالرغم من أن فروع الجغرافيا المختلفة يمكن أن تدرس جوانب معينة من السياحة. فالجغرافيا السياحية كفرع جديد من الجغرافيا يدرس المقومات المرتبطة بالبيئة الجغرافية الطبيعية والبشرية الضرورية لتكوين الطلب السياحي. كما أن الجغرافيا السياحية تدرس التوزيع الجغرافي للمراكز والمواقع السياحية والنشاطات الاقتصادية المتعلقة بالسياحة، فالجوانب الجغرافية للسياحة على هذا الأساس تتمثل في دراسة حركة السكان وتوزيعها الجغرافي وبيان أسبابها، وما ينجم عن ذلك من أثر اقتصادي واجتماعي وثقافي (أمين، 1979، ص 84).

إن الجغرافيا السياحية كغيرها من فروع الجغرافيا تهتم بالمكان، لأن المكان هو حقل الجغرافيا وميدانها. وهذه الظاهرة تربط بشكل منظم بين الإنسان وما يحدثه من تغيير على المظهر الخارجي للأرض كإقامة الفنادق والمنشآت السياحية، بالإضافة إلى حماية المواقع الطبيعية والمحافظة عليها.

وتهتم الجغرافيا السياحية كذلك بالبيئة سواء كانت البيئة طبيعية وبشرية لأن البيئة تعتبر عاملاً هاماً في جذب السياح وإشباع رغباتهم، كما تدرس الظواهر التي تنتج عن حركة الناس وإقامتهم في مكان الهدف، كما أن عاملا العرض والطلب في الجغرافية السياحية هما عاملان مركبان من عناصر مختلفة كالتجارة والنقل والخدمات.

ويهتم الجانب الاقتصادي للجغرافيا السياحية بالعمليات الاقتصادية التي لها علاقة مباشرة بدخول السياح وإقامتهم في منطقة معينة، كما تهتم الجغرافيا السياحية من الناحية الاقتصادية في ترويج صناعات مختلفة تتعلق بالصناعات اليدوية التي لها علاقة بالتراث الشعبي في البلاد، وتسويق هذه الصناعات خارج البلاد.

لقد تبين لدى بعض الباحثين في مجال جغرافية السياحة أن هناك تداخلا في العلاقة بين السياحة والتنزه، حيث تبين أن التنزه كنشاط يمارس من خلال وقت

الفراغ إلا أن هناك نشاطات تمارس في وقت الفراغ، ولكن الغرض أو الهدف منها ليس استجماما فالتداخل بين السياحة والتنزه يتم من خلال وقت الفراغ، إلا أن جزءاً من السياحة لا يرتبط بالتنزه ويتم خارج وقت الفراغ. والعلاقة بين السياحة والسفر علاقة وثيقة ومع ذلك فإن السفر كمفهوم عام يرتبط بحركة الناس، بحيث أصبحت كلمة السفر مقاربة للسياحة، والسفر معروف منذ القدم بينما السياحة كظاهرة اجتماعية واقتصادية ترتبط بالعصر الصناعي الحديث وتختلف عن كلمة سفر كماً ونوعاً (الزمر، 1985، ص 5).

وينظر إلى التنزه والاستجمام على أنه نشاط مميز عن العمل يمارسه الأفراد من خلاله أوقات الفراغ بعيداً عن العمل أو الالتزام نحو الواجبات الأسرية (القطب، 1981، ص 243).

ولقد صنف بيرتون **Burton** أشكال التنزه في بعدين من المسافة والوقت من جهة، وأنواع التسهيلات والمنشآت التي يمكن أن يصل إليها السائح في الوقت المناسب. كما يلاحظ أن الحركة والسفر تمثل عنصر حيوي لأغراض التنزه خارج منطقة الإقامة المعتاد (**Burton, 1971, P 245**).

والحركة في السياحة والتنزه بغض النظر عن تنوع وسائط النقل المستخدمة فهي مرتبطة بمكانين أي بعدين جغرافيين (الزمر، 1985، ص 7):

البعد الأول: نقطة الانطلاق وهي المصدر، أي مراكز وإقامة السياح والمتنزهين الدائمة.

البعد الثاني: هو مراكز استقبال السياح، وهي الهدف أي الأماكن التي يذهبون إليها ويقيمون فيها بصفة مؤقتة. هذا وتوجد بين أماكن انطلاق السياح ومراكز استقبالهم مسافة قصيرة أو طويلة، بحيث تشكل وسائط النقل حلقة وصل بين هذين البعدين (**Mcintosh, 1980, pp. 81-83**).

وقد تبين أن الزوار والسياح يختلفون في تحقيق أهدافهم من خلال الوقت الذي يقضونه في الموقع السياحي وهذا يتفاوت بين المسافات الطويلة والمسافات القصيرة

المقطوعة، ولذلك فان المسافة المقطوعة تبقى مؤشراً قوياً لطبيعة رحلات التنزه، غير أن كولينت بين أن المسافة المقطوعة لا يمكن الاعتماد عليها في تفسير الحركة باتجاه المواقع السياحية إلا أنها تساهم في وجود اختلافات في أنماط السفر، حيث أن بعض الزوار يضاعف أحياناً من المسافة المقطوعة بغرض الاستجمام والتنزه، إلا أنه يلاحظ ضعف علاقة الترابط بين الزوار وبين المسافة المقطوعة حيث يحدد بعض الباحثين مدى المسافة المقطوعة بين مكان السكن ومكان التنزه بحوالي 100كم، وأطلقوه على مثل هذه الحركات القريبة **Short – Range Leisure** (الزمر،1985، ص6-7).

ثالثاً: جغرافية السياحة:

رغم ظهور دراسات عديدة عالجت ظاهرة السياحة سواء في أوروبا أو في أمريكا الشمالية منذ عدة قرون، إلا أن الجغرافيين لم يشاركوا في هذا المجال ويدلون بدلوهم فيه ليبرزوا قدرة الجغرافيا من حيث الإطار والأسلوب والفلسفة، فلسفة المعالجة على تجسيد دور البيئة في تحديد أنماط السياحة وأطرها، ودور الإنسان في توجيه هذا النشاط، وتحديد حجمه ودروه ونتائج ذلك على الصعيدين البيئي والحضاري، وهي معالجة- أي المعالجة الجغرافية- يمكن أن تضيف الكثير إلى معرفة الإنسان وتراثه، فيما يتعلق بتلك الظاهرة السياحية، الأخذة في النمو والتطور بصورة سريعة ومذهلة في جهات متباينة من العالم تعكس تأثير الاختلافات المكانية والعلاقات الإقليمية وهما من مجال الدراسة الجغرافية على صناعة السياحة (الزوكة،1996، ص 65).

وعلى العموم فقد ظهرت جغرافية السياحة كفرع في الميدان الكبير لجغرافية الترويج **Recreation Geography** إلا أن بعض الدراسات الخاصة بالمنتجعات كانت قد ظهرت منذ وقت بعيد في الدوريات الجغرافية، كما أن القيمة الاقتصادية للموارد السياحية في دول مثل: سويسرا أو النرويج قد أشير لها في الكتب التي لم تعالج موضوع السياحة بشكل مباشر (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 11). ولعل تأخر الجغرافيا وتلاميذها في التعبير عن انطباعاتهم وأفكارهم تجاه تزايد وقت الفراغ والسياحة كان مرده إلى (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 11-12):

1- إن موضوع السياحة كان ينقصه – حتى عهد قريب الشرح والتحليل والصقل العلمي الجيد حيث نظر إلى الأنشطة التي كانت تمارس من خلال وقت الفراغ على أنها قليلة الأهمية، إذا ما قورنت بالأنشطة البشرية الأخرى، مثل إنتاج السلع والخدمات. وقد ترتب على ذلك أن فضل المهتمون بالدراسات الاجتماعية الابتعاد عن هذا الجانب والانزلاق إلى فروع بحثية يمكن أن تبدو للكثيرين على أنها دراسة للهزل أو اللهو، ولكن ذلك كان يمثل إهمالاً لجانب هام من الحياة الحضرية المعاصرة.

2- أن مجال البحث في هذا الميدان كان صعب المنال، فالمادة العلمية الخاصة بهذا الموضوع كان من الصعب ضبط دقتها أو حتى التوصل إليها، إذا كان الفرق واضحا بينها وبين الموضوعات الاقتصادية والسكانية التي تقبل الدراسة.

3- إن الإطار العام للسياحة ظل أكثر غموضا، إذ اخفق معظم الباحثين في هذا الحقل في تحديده بدقة، وفي وضعه في مضمون يقبل التحليل، فهناك عدد لا نهائي من أوقات الفراغ والسياحة تتم فيها المشاركة في أوقات متفاوتة.

4- زاد من التوجه إلى دراسة السياحة وأوقات الفراغ ما أطلق عليه بعد الحرب العالمية الثانية اسم "تعاظم وقت الفراغ" Megalopoliation of Leisure مما أدى إلى ظهور مشكلات ألقت بنفسها إلى ميدان الجغرافيا بشكل كبير.

وبدأت الدراسات الجغرافية تشارك في موضوع السياحة منذ بداية القرن العشرين، وذلك من خلال الاهتمام بالأنشطة التي تعالج استثمار العطلات والإجازات واستغلال أوقات الفراغ التي برزت أهميتها في الترفيه والمتعة التي تساعد على تجديد نشاط الإنسان وتزيد من قدرته على العمل والإنتاج، إلى جانب تأثير هذه الأنشطة على أنماط استخدام الأرض في المراكز العمرانية المختلفة (الزوكة،1996، ص 66).

رابعاً: تطور التاريخ العلمي لجغرافية السياحة ووقت الفراغ:

مرت جغرافية السياحة ووقت الفراغ بمفهومها ومادتها وطرق البحث والتحليل فيها بتطور تاريخي يعود إلى بداية القرن التاسع عشر. أما العوامل المؤثرة في هذا التطور فهي تلك المرتبطة بالتحولات الاجتماعية، وانعكاس ذلك على السياحة ووقت الفراغ، الأمر الذي أدى إلى ظهور مسائل جديدة تحتاج إلى طرق بحث جديدة، وكذلك تأثير العلوم الأخرى التي أدت نتائج البحث فيها إلى أغناء البحث الجغرافي إضافة إلى تطور المعرفة الجغرافية نفسها.

إن الدراسات الجغرافية الأولى (بروجير Brougier 1902، شترالدر strander 1905، شبوتز sputz 1919) تظهر بوضوح تأثير المؤلفات الاقتصادية التي ظهرت في نهاية القرن التاسع عشر، ودللت على التأثيرات الاقتصادية والأهمية الاقتصادية الكلية للسياحة. لقد كان علم الاقتصاد يقوم في ذلك الحين بدور "القطاع القائد " في البحث العلمي في مسائل السياحة بالرغم من احتجاجات بعض العلماء على تدني مستوى المعرفة والميل في البحث العلمي نحو خدمة الأهداف الدعائية، واستخدم مصطلح الجغرافية السياحية لأول مرة في عام 1905 من قبل شترالدر، وقد رأى أن من وظائف هذا الفرع من فروع العلم أثر العوامل الطبيعية والبشرية في أسباب وتطور وبلورة السياحة وكذلك تمثيل المناطق السياحية في خرائط موضوعية، وطور شترالدر في العام 1917 وسائل البحث في جغرافية السياحة، فانطلاقاً من وظيفة الاستهلاك (عامل الطلب) في السياحة، فانه يصف أثرها على الاقتصاد الوطني في تشغيل الأيدي العاملة وفي ميزان المدفوعات وأثرها في كل قطاع اقتصادي "الزراعة، والصناعة، والخدمات". ففي مجال الزراعة، أوضح اثر السياح كمستهلكين متنقلين في أنواع الاستغلال الزراعي، وإعادة تشكيل ترتيب الحلقات التي تنشأ جراء تكاليف النقل في مناطق الاستغلال الزراعي حول مراكز الطلب التقليدية، وإضافة إلى البعد الاقتصادي فقد ركز اهتمامه بشكل خاص على أسباب وشروط السياحة، والتي غالباً ما تشتمل على عوامل كسهولة الوصول إلى الهدف، وجودة

المأوى، والطعام، والأمن الشخصي، وسلامة الممتلكات، وراحة السفر والمبيت، وكذلك الإثارة والتسلية وكشرط مهم لتطور السياحة، فقد افترض وجود العوامل الجغرافية الطبيعية، والتي اعتبرها سلعاً اقتصادية بسبب منفعتها الاقتصادية التي تنشأ جراء استغلالها في السياحة. وقد طالب بالمحافظة على هذه الموارد لاستغلالها اقتصادياً لأطول فترة واتخاذ إجراءات المحافظة عليها مثل: منع وضع لوحات الدعاية عليها. وقد ركز في أجزاء أخرى من دراسته على العرض السياحي (المأوى والمأكل) ووسائل المواصلات والدعاية السياحية والاهتمام العام بالسياحة، وفي المجالين الأخيرين فان الدراسات الحديثة في السياحة ووقت الفراغ قد أهملت أثرهما في تطور السياحة. وبهذا فان المسائل الأساسية في تحليل الجغرافيا السياحية تكون قد وضعت من خلال أعمال شتراندر على الرغم من عدم انتظامهما وعدم ترابطها (كولينات وشتاينكيه، 1991، ص 18).

وقد طور شبوتز Shputz (1919) طريقة أخرى في البحث حيث ربط بين عناصر التحليل، وأدخل مسألتين في البحث في جغرافية السياحة: الأولى إظهار العلاقة والتأثير المتبادلين بين السياحة والعوامل الجغرافية البشرية (المواصلات والمستوطنات البشرية ... الخ) ومن خلال تحليل النظم (التأثير المتبادل). ومنذ ذلك التاريخ أصبح وصف وتوضيح المرتكزات الجغرافية للسياحة وتأثيراته الجغرافية من المسائل الأساسية في جغرافية السياحة ووقت الفراغ، والمسألة الثانية أكد شبوتز Shputz على دور السياحة كجزء من صورة الطبيعة وكعامل مؤثر في تطور المظاهر الحضارية، فوصف وتحليل طبيعة المظهر الحضاري وتغييره أصبح من المسائل المركزية في دراسات الجغرافيا السياحية، وفقاً للتقاليد البحثية التي أرسى دعائمها شبوتز، إن ملاحظة مظاهر السطح الطبيعة، ودراسة التأثيرات المتبادلة بين السياحة والأسس الجغرافية بقيت من المسائل المركزية في الجغرافيا عند فيغنر Vegener (1929) أيضاً، إذ يعتبر أن الهدف من الملاحظات والاستعراضات الجغرافية هو تكوين فكرة عن الأماكن والمواقع السياحية في العالم، والتعرف على الاختلافات المكانية (أنواع الساحة المختلفة) بينها.

وفي خطوة تحليلية أخرى يركز على وصف المعطيات الجغرافية الموضوعية التي تؤدي إلى نشوء السياحة المحلية، وأخيراً دراسة تأثير السياحة على المعطيات الجغرافية، ومن ثم استنبط فيغنر عدة أنواع من السياحة المختلفة من خلال الحاجات الاجتماعية الأساسية، وبذلك طور نظم "الدوافع السياحية"، كما ميز بين الاحتياجات المختلفة تبعا للعلاقات الاجتماعية والأسس المادية (الغذاء والمأوى والملبس)، والإدارية العامة، والدفاع عن الوطن، والاتصال بين الشخصيات الهامة، والممارسات الدينية، والاثارات الجمالية، والتعلم، والتسلية، والصحة، وتنوع المناخ، والنشاطات الرياضية، وان إعداد قائمة بالاحتياجات المختلفة والتي تعتبر قاعدة أساسية للسياحة يعطي لهذه الاحتياجات صفة ثنائية، فهي من جهة احتياجات سياحية ووقت فراغ تقف وراء دافع الحركة المكانية ومن جهة أخرى فهي احتياجات في مجال الحياة المهنية (كولينات وشتاينكيه، **1991**، ص 19).

ويصف فيغنر **Vegener** جميع أشكال السفر والإقامة من قبل السكان غير المحليين بأنها "حركة الغرباء". ويفصل ذلك عن الحركة السياحية والتي تشمل دوافع البحث عن الجمال و التعليم والصحة والاستجمام والحاجة إلى التغيير، وهذه الازدواجية في السياحة (دوافع مهنية استجمامية) قد أثارت نقاشات حول تحديد المفهوم ومشكلات في تحديد المضمون والإحصاءات السياحية، وأخذ جريتال **(1934 Gruental)** تطورات الموضوع عن شبوتز وعن فيغنر، وأدخل عليه بعض التعديلات خصوصاً فيما يتعلق بالموقع السياحي.

واعتبر جغرافية السياحة فرعاً من فروع علم جغرافية المواصلات العامة، بسبب اشتمال السياحة على عنصر الحركة المكانية، ولكنه أوضح في نفس الوقت أن العناصر الموقعية التي تنشأ جراء الحركة السياحية لها أهمية وتأثير اكبر من عناصر المواصلات. ولهذا السبب فهو يفهم جغرافية السياحة على أنها جغرافية المواقع السياحية، وهو بهذا الطرح يتوافق مع رأي كول **1841Koal**) وهتنر **Hettner (1902)**

وهيسرت Hassert 1907 التي ترى أن دراسات جغرافية العمران تقوم على نشوء المواقع السياحية وتطور وظيفتها (كولينات وشتابنكيه، 1991، ص 19-20).

ولقد شكلت طرق البحث التي اتبعها بوسر عام 1939 في دراساته عن السياحة في بعض المناطق الجبلية قواعد البحث في جغرافية السياحة حتى بداية الستينات، كما إن الأسلوب الذي اختطه لنفسه في البحث ضمن إطار جغرافية السياحة ينطلق في تحليل السياحة من الصورة الظاهرية للطبيعة، ويركز على وصف وتفسير التغيرات الواضحة في المعالم المادية للسطح(كولينات وشتاينكيه 1991، ص 17).

ونظر الجغرافيون الأمريكيون إلى السياحة في البداية باعتبارها شكلاً مميزاً هاماً من أشكال استخدام الأرض، فقد ظهر في دورية اتحاد الجغرافيين الأمريكيين عام 1930 دراسة للباحث ماكموراي Mcmurrey تعالج الترويح كنمط من أنماط استخدام الأرض، وركز Jones على دراسة مراكز السياحة في نطاق مرتفعات الروكي داخل الحدود الكندية عام 1933. واتجه الجغرافيون الأمريكيون إلى التركيز على الجانب الاقتصادي من السياحة (الحريري 1991، ص 28). وأوضح كتاب آخرون أن السياحة تعدل من اللاندسكيب الحالي، وتساعد على خلق أشكال عمرانية جديدة ومتنوعة (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 16).

أما الإسهامات البريطانية المبكرة فتمثلت في أبحاث جيلبرت عن مورفولوجية المتجمعات الداخلية والساحلية (1939- 1949) فضلا عن صناعة السفر والإجازات لدى كل من Roe (1933) و Dgilvie (1936) و Norval (1947) وpimlott 1981 (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 17).

وفي فرنسا قدم مييج Miege (1933) أساساً لعدد من الدراسات الإقليمية والتي أعقبها بعد ذلك بدراسته القيمة عن السياحة في سافوي. وتبعاً لمييج فإن السياحة تتضمن جانبين لهما أهميتهما للجغرافي: فهي تتضمن حركة الناس كما أنها موردا إقليمياً، وعلى الرغم، من أن هذه الأسس الهامة وضعت قبل الحرب العالمية الثانية إلا أن الدراسات الجغرافية عن السياحة لم تعاود الظهور إلا في الستينات في أوروبا

والسبعينات في أمريكا الشمالية. وفي نفس الوقت اجتذب الموضوع الانتباه من عدد من التخصصات الأخرى وبخاصة الاقتصاديات والإدارة والاجتماع والانثروبولجي، ومن جوانب كثيرة فان هذا الاهتمام الأكاديمي النامي إنما يعكس ظاهرة النمو الواضحة للسياحة (الحريري، 1991، ص 38).

وإذا ما انتقلنا إلى فترة الخمسينات، نجد أن جوانب البحث في السياحة وجغرافيتها قد بدأت في التبلور فظهرت الدراسات الموسعة عند كل من (Pearce And Sale 1959)، كما ظهرت الدراسات التي تعالج الإحصاءات السياحية (Clawson 1959) وأثر السياحة على ميزان المدفوعات (Lickorish 1953)، ودراسة العيون المعدنية (Addison 1901)، والسياحة ومشكلاتها (Hanziker 1951) (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 17).

كما شهدت الجغرافيا السياحية تطوراً آخر في منهجية البحث على يد كرستالر Christaller 1955 الذي قام بتحليل نمط التوزيع المكاني للمواقع السياحية، وأدخل مسألة "الموقع" في الجغرافيا السياحية. ورغم أن الباحثين الأوائل اعتبروا جغرافية السياحية فرعا من فروع علم جغرافية المواصلات إلا أن كرستالر اعتبرها فرعاً من فروع الجغرافية الاقتصادية. ويقتصر مصطلح الجغرافيا السياحية عند كرستالر على السفر الاختياري الحر بقصد الاستجمام والمتعة بينما السفر الخاص (بغرض الزيارة) والسفر الوظيفي لا يعتبران ضمن مجالات البحث في الجغرافيا السياحية (كولينات وشتاينكيه، 1991، ص 21).

وتعددت الدراسات الجغرافية التي عالجت السياحة مع بدء عقد الستينيات من القرن العشرين الماضي والتي ويمكن تقسيم البحث في الدراسات السياحية إلى قسمين: الأول منها يعتبر امتداداً لميادين البحث في الخمسينات والثاني يشمل الموضوعات المستحدثة.

وتأتي الدراسة التي أجراها الفرنسي بربيه Barrier عام 1961 في مقدمة هذه الدراسات، حيث أشار فيها إلى أهمية البعد الجغرافي في مجال النشاط السياحي وتحديد

مشكلاته الإقليمية واقتراح الحلول العملية لها، واعتمد عدد من الباحثين على التحليل الموقعي الذي طرحه كرستالر، وقد عالجوه على شكل نموذج وبخاصة كل من جايجنت Geigant (1962)، وتوت todt 1965) وجرامبون Grampon (1966)، وديفرت Derfert (1967) وكامنسكي Kaminske 1977(*) (كولينات وشتاينكيه، 1991، ص 22).

ومن الموضوعات التي تمثل امتداداً لميادين البحث في الخمسينات فتضم العديد من الاتجاهات مثل الاتجاه الإقليمي (Clement 1961 - Rish 1965) واقتصاديات السياحة (Clawson) وأوقات الفراغ والإجازات (Dower 1965 – clark 1966)، أنماط من السياحة (Defert 1966). أما الاتجاه الثاني فيشمل موضوعات لم تعالج من قبل مثل تلك التي ظهرت بعد أن تأصلت جوانب كثيرة من الدراسات السياحية مثل: تاريخ السياحة (wile 1966) ومناهج البحث في السياحة والاستجمام (taylor 1965) وجغرافية الترويح (wolfe 1969) واتجاهات السياحة الدولية (Defer 1969) ومستقبل السياحة والتخطيط لها (wolfe 1964) (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 18).

وتتابعت الدراسات الجغرافية التي عالجت موضوع السياحة في أوروبا منذ عقد الستينات وفي كل من الولايات المتحدة وكندا خلال عقد السبعينات، وشارك في الاهتمام بموضوع السياحة عدة علوم غير جغرافية يأتي الاقتصاد والإحصاء وإدارة الأعمال والتسويق والاجتماع في مقدمتها، كما اهتمت عدة فروع جغرافية بدراسة السياحة من جوانب متباينة المحاور والسمات. وقد ظهرت خلال السبعينات العديد

(*) اعتمد كرستالر 1955 في بناء نماذجه تلك على تطبيق الطريقة القياسية مستعينا بعناصر قليلة تؤلف الطبيعة المكانية للسياحة (مثلا: العدد الحقيقي والممكن للسياح من مناطق المصدر، وكذلك المسافة بين المصادر والأهداف)، ولكن الحصول على نتائج واضحة باستعمال هذه الطريقة يعني في الوقت نفسه استبعاد بعض الحقائق بسبب الاعتماد على عدد محدود من العوامل في بناء النظرية الأمر الذي يبعدنا عن توضيح الحقيقة الجغرافية كاملة. انظر إلى: كلاوس كولينات وألبرت شتاينكه، جغرافية السياحة ووقت الفراغ، (ترجمة د. نسيم برهم)، عمان، 1991.

من الأبحاث المدعمة بالوثائق، والتي ركزت على الاهتمام بمشاكل استخدام الترويج بالمناطق الحضرية والريفية، كما تناولت الدوريات والمجلات العلمية المزيد من جوانب البحث الترويجي، بما في ذلك دراسة الآثار الناجمة عن السياحة ومشكلاتها، بينما ظهرت اتجاهات جدية في الثمانينات تركز على الجوانب التخطيطية والآثار الناجمة عن السياحة. وتعكس الاهتمامات الأكاديمية المتزايدة، والنهضة الملحوظة للسياحة في النصف الثاني من القرن العشرين (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 230).

ويمكن حصر أهم الموضوعات التي تمثل محاور الدراسة الجغرافية للسياحة أو بتعبير آخر العناصر الرئيسية لجغرافية السياحة فيما يأتي (عز الدين وعاشور، 2005، ص 76-77):

1- الأنماط المكانية للعرض السياحي، وتشتمل على عوامل الجذب السياحي، وسائل النقل وسائل الراحة والتسلية، والبنية الأساسية للخدمات المختلفة.
2- الأنماط المكانية للطلب السياحي، وتعتمد أساساً على مستوى كل من الدخول والثقافة والتعليم.
3- جغرافية المنتجعات، التي تتباين أنماطها تبعاً لكل من ملامح البيئة الطبيعية والخصائص الحضارية والبشرية.
4- التحركات السياحية، ومحاورها على المستويين الدولي والقومي.
5- نتائج السياحة في مختلف المجالات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية.
6- دراسة نماذج من الأماكن السياحية بهدف أبراز ملامح شخصيتها الجغرافية وتحديد اتجاهاتها المستقبلية.

وجدير بالذكر، أن دراسة التنمية السياحية أو التخطيط لتطوير السياحة تتطلب تحليل وتقويم كل العناصر، السابقة الإشارة إليها، مع التركيز، بصورة خاصة، على العناصر المتعلقة بالعرض السياحي والمنتجعات ونتائج السياحة (الزوكة، 1996، ص 69)، والإسهام في تجسيد ومعالجة المشكلات البشرية والبيئية بأسلوب وفلسفة جغرافية، خاصة، تضيف الكثير إلى معرفة الإنسان وفهماً للبيئة التي

تشكل موطنه ومسرح حياته، والسياحة ظاهرة بشرية مركبة لتعدد عناصرها وتباين نتائجها، فهي تستثمر ظواهر بيئية طبيعية أو ملامح ثقافية بإيجاد أنشطة تهتم باستقبال وإقامة زوار وافدين من اجل المتعة والاستجمام، مما يتطلب ضرورة إقامة منشآت سياحية متعددة الأغراض ومرافق للخدمات وذلك إما في مراكز خاصة (المنتجعات) أو في مراكز عمرانية موجودة بالفعل، وذات وظائف متعددة، وفي الحالتين تتكامل صورة صناعة السياحة التي يترتب عليها نتائج اقتصادية واجتماعية وحضارية (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 230).

خامساً: مناهج البحث في جغرافية السياحة:

الجغرافيا علم حيوي تتسم معظم موضوعاته بالديناميكية لتغير معلوماتها بصورة مستمرة خاصة أنها تتعلق بخصائص الإنسان وبيئته وأنشطته التي تركز على إنتاج وتبادل واستهلاك الحاجيات المختلفة، لذا يتابع علم الجغرافيا كل تغير يطرأ على الإنسان وملامح بيئته، ويرصد ويحلل تطور علاقة الإنسان بالبيئة الطبيعية. ومن الطبيعي أن تتباين هذه العلاقة من إقليم إلى آخر على سطح الأرض تبعاً لمدى تقدم الإنسان الحضاري، ومستوى حاجياته المختلفة،

وتتعدد مناهج الدراسة في الجغرافيا، والتي تتراوح بين الأصولية والإقليمية والتطبيقية. وهي مناهج تسعى إلى الإسهام في تجسيد ومعالجة المشكلات البشرية والبيئية بأسلوب وفلسفة جغرافية خاصة تضيف الكثير على معرفة الإنسان وفهمه للبيئة التي تشكل موطنه ومسرح حياته. ولا يمكن دراستها بعيدا عن مناهج الدراسة المتبعة في الجغرافيا الاقتصادية والتي تسعى أساسا إلى الإجابة على الأسئلة الأربعة التالية:

- ما نوع النشاط الاقتصادي السياحي الذي يمارسه الإنسان؟
- أين يزاول الإنسان النشاط السياحي فعلا؟
- لماذا يزاول الإنسان النشاط السياحي في أقاليم معينة من العالم دون أقاليم أخرى ؟
- كيف يزاول النشاط السياحي والأساليب المستخدمة فيه ومدى تطوره ؟

وتكون محاور دراستها على النحو التالي

1-تتبع الأقاليم والمواقع التي يمكن استغلال بعض ملامح بيئاتها الطبيعية، أو بعض الظواهر الثقافية فيها في إقامة صناعة السياحة بها. ويتعلق هذا الجانب من الدراسة بتحديد الموقع الذي يعد الحقيقة الجغرافية الأساسية، لذلك لابد من إعداد خريطة توضح الأقاليم والمواقع التي يمكن استغلال بعض خصائصها سياحياً .

2-إبراز مبررات استغلال بعض المواقع سياحياً وعدم استغلال البعض الآخر، وقد يرجع ذلك إلى أسباب اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية تتعلق بظروف الإقليم، أو بطبيعة التقاليد السائدة في الدولة.

3-تحليل خصائص كل من الأقاليم والمواقع السياحية، وهو جانب من الدراسة يركز على الوصف من أجل تحديد خصائص صناعة السياحة في الأقاليم والمواقع المستثمرة سياحياً.

4-إلقاء الضوء على طبيعة الإنشاءات السياحية ومرافق الخدمات ومدى كفايتها، وحجم العائد السياحي ومفرداته.

5-إجراء مقارنة بين النطاقات السياحية والنطاقات الاقتصادية الأخرى لتحديد أوجه التشابه والاختلاف بينها. وبذلك تتحدد ملامح أقاليم صناعة السياحة مما يمكن من توزيعها على خريطة خاصة تسهم في محاولة تحديد شخصية هذه الأقاليم.

6-إلقاء الضوء على الظواهر المختلفة التي ترتبط بها صناعة السياحة، ويتعلق هذا المحور بدراسة الاختلافات الإقليمية في المناطق السياحية، وهي تعد من أهم أهداف الدراسة في مجال الجغرافيا الاقتصادية، وتتبع عدة طرق من أجل دراسة هذا البعد الخاص بالعلاقات، وهذه الطرق هي:

- تحليل أسباب تركز صناعة السياحة في أقاليم محددة، وإبراز نتائج ذلك.

- تحليل الظواهر الجغرافية المؤثرة في صناعة السياحة سواء كانت طبيعية أم ثقافية أم خاصة بالسكان.
- تحليل العلاقات المتبادلة سواء كانت، داخلية، العلاقة بين السياحة والظروف المحلية، أو علاقات خارجية، أي تتبع العلاقات بين نطاقات صناعة السياحة والأقاليم الاقتصادية الأخرى.
- إدراك على الارتباطات وتحليلها وهذا يتطلب ضرورة إلمام الدارس بعلم الإحصاء واستخدامه في قياس مدى تباين العناصر الجغرافية المختلفة، ولإظهار مدى الاندماج بين العناصر قيد البحث ايجابي أم سلبي (الزوكة، 1996، ص 70-72).

أ. **المنهج الإقليمي: The Regional Approach :**

يعتبر الإقليم هو أساس الدراسة في هذا المنهج، حيث يمكن تقسيم أي إقليم جغرافي إلى أقاليم اقتصادية قد تكون وحدات إدارية صغيرة أو كبيرة، وقد تكون دولاً أو أقاليم داخل قارات. ويحلل المنهج الإقليمي كل عنصر من العناصر التي تكون مركبة الإنتاج في الإقليم للوقوف على خصائصه وذلك في ضوء العوامل الطبيعية والبشرية التي ترتبط به (الديب، 1986، ص 56).

ويعتمد المنهج الإقليمي على معالجة موضوع السياحة من خلال ارتباطها بالظروف السائدة في الإقليم أو المنطقة المزمع بحثها ودراستها، بهدف إبراز شخصيتها وطابعها السياحي، وتتم المعالجة فيه من خلال رصد المرغبات الطبيعية والبشرية والحضارية والخدمية المؤثرة في حركة السياحة بالإقليم، وتحديد الأنماط السياحية الملائمة داخل الإقليم، ومن ثم نخلص الى تفسير الكثير من العلاقات المكانية التي تعتبر أساساً للتخطيط السياحي والتنمية السياحية (عز الدين وعاشور، 2005، ص 106). وعند تطبيق المنهج الإقليمي عند دراسة صناعة السياحة تركز الدراسة على الإطار الإقليمي وتنصب على تحليل التوزيع الجغرافي للمراكز السياحية في دولة ما أو إقليم محدد، وتتبع مدى ارتباط ذلك بكل من ملامح البيئة الطبيعية والظواهر البشرية

والاجتماعية، وأنماط صناعة السياحة واثر الظروف الجغرافية في ذلك، ونتائج النشاط السياحي في الأقاليم، والعلاقات المتبادلة بينه وبين الأقاليم الأخرى سواء كانت مصدرة للسياح أو مستقبلة لهم من حيث الحجم والنوعية والمستقبل (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 21).

ويرى عبد الحكيم وحمدي الديب في كتابهما "جغرافية السياحة" (1995) أن المعالجة في ميدان السياحة وفقا للمنهج الإقليمي تتم من خلال:

1- بحث المرغبات الطبيعية والبشرية المؤثرة في حركة السياحة بالأقاليم، وكيفية ظهور هذه المرغبات في هيئة موارد سياحية، ويعتبر ذلك تمهيداً لتحديد حقيقة الموارد السياحية.

2- تحديد نوع النشاط السياحي بمستوياته المختلفة داخل هذا الإقليم، حيث تمثل في جملتها صورة النشاط السياحي ووزنه ومكانته في صورة البناء السياحي الأشمل.

3- وهدف المنهج الوصول إلى تحديد الشخصية السياحية للإقليم ومقارنتها بمناطق أخرى من العالم، لبيان مكانته العالمية، والعلاقات والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية التي تعتبر أساساً للتخطيط السياحي. ويهتم المنهج الإقليمي في الوقت الحاضر بمشاكل الإنماء والتغير الإقليمي، وغالباً يحدث هذا ضمن إطار تخطيطي، ويحث هذا الوضع على زيادة فهم المركبات الاقتصادية للإقليم وعمليات نموها وعلاقاتها البيئية. وقد شجعت هذه الظروف على تطور علم الأقاليم Regional Science والتخطيط الإقليمي. ويلاحظ أن روبنسون استخدم المنهج الإقليمي في كتابه عام 1985 Geog. Of Tourism وذلك في الجزء الخامس حيث عالج من خلاله السياحة الدولية معالجة إقليمية استغرقت من كتابه نحو 243 صفحة، حيث تناول السياحة في المملكة المتحدة، أما في الفصول من الخامس عشر إلى الثاني والعشرين، فقد تناول السياحة في أوروبا (جنوبها- وسطها شرقها وغربها)، ثم الاتحاد السوفيتي وأمريكا الشمالية، وأمريكا اللاتينية وأفريقيا والشرق الأدنى، ثم السياحة في باقي العالم.

ب. المنهج الموضوعي المحصولي Topical Approach:

ينقسم هذا المنهج إلى قسمين هما: المنهج المحصولي أو السلعي ومنهج النشاط. ويركز المنهج الموضوعي على دراسة المحصول أو النشاط بعكس المنهج الإقليمي الذي يركز على دراسة منطقة. ويقترب أسلوب النشاط من منهج المحصول، ويعتقد بعض الجغرافيين انه لا فرق بين أسلوبي المحصول والنشاط، ولكن الأخير أكثر عمومية وشمولاً من الأول. وهكذا فان وحدة البحث في المنهج الموضوعي هي الموضوع وفي جغرافية السياحة يمكن معالجة موضوعات مثل: سياحة الاستجمام، السياحة الاجتماعية والثقافية والمنتجعات وغيرها .

ويعد أ ب شو E. B Shaw أبرز من حدد إطار هذا المنهج في مجموعة من الأسئلة وهي:

- أين ينتج؟
- أين يمكن أن ينتج؟
- لماذا ينتج؟
- كيف ينتج؟

وتبدأ المعالجة هنا بمقدمة تاريخية عن النشاط موضوع الدراسة، ومن ثم بيان الشروط الواجب توافرها لقيام هذا النشاط. ووفق ذلك يتم تحديد أقاليم الإمكانية وأقاليم النشاط الفعلي، ثم تنتقل المعالجة إلى أين يتوزع النشاط. وهنا يبرز سؤال هام وهو: لماذا يقوم النشاط في مناطق دون الأخرى رغم صلاحية الأخيرة لقيام النشاط؟ وهذا يدفع الباحث إلى معالجة العوامل الأخرى التي غالباً ما تكون بشرية وأخيراً ينتهي المنهج إلى تحديد مستقبل النشاط السياحي.

وقد اتبع روبنسون هذا المنهج في كتابه سالف الذكر في الجزء الرابع إذ تناول في الفصول من الحادي عشر إلى الثالث عشر السياحة والمدينة، السياحة والريف، ثم

السياحة والساحل. وقد أطلق شو على المنهج المحصولي اسم المنهج الموضوعي، وقسمه إلى قسمين:

- المنهج المحصولي العام
- المنهج المحصولي الإقليمي.

ج. المنهج الحرفي : The Activity Approach

عند إتباع المنهج الحرفي لبحث صناعة السياحة تركز الدراسة على تتبع تاريخ السياحة وتطور مفهومها والتعريفات التي عالجتها في المدارس العلمية المختلفة والعوامل الجغرافية الواجب توافرها لظهور صناعة السياحة ونجاحها، والعلاقات المتبادلة بين خصائص البيئة وأنماط السياحة المختلفة ودور السياحة في البيان الاقتصادي. ولتطبيق هذا المنهج على صناعة السياحة استنادا إلى ما أشار إليه شو Showe لا بد من الإجابة على الأسئلة التالية:

- أين يمكن أن تقوم صناعة السياحة مع التوزيع الجغرافي لأسواقها.
- أين توجد بالفعل صناعة السياحة؟
- كيف تمارس وطبيعة الأساليب المتبعة، ومدى ازدهارها؟ ويتميز المنهج الحرفي بأنه يتجنب تكرار الحقائق والظاهرات المتشابهة من إقليم لآخر، كما هو الحال في المنهج الإقليمي.

ومن مزايا المنهج الحرفي أنه يتجنب تكرار الحقائق والظاهرات المتشابهة من إقليم لأخر كما هو الحال في المنهج الإقليمي (الديب، 1986، ص 62).

د. المنهج الأصولي: The principle Approach

يهتم المنهج الأصولي بدراسة الأصول والقواعد الرئيسية الطبيعية والبشرية التي تؤثر في الإنتاج (الديب، 1986، ص 62). ونادراً ما يتم يندر إتباع المنهج الأصولي بمفرده في كتب الجغرافية الاقتصادية دون تطبيقات إقليمية وموضوعية، وإلا دخل في مجالات العلوم الأخرى ذات الصلة بهذا العلم، ويكاد لا يخلو كتاب للجغرافية الاقتصادية من هذا المنهج (الديب، 1986، ص 63). وإذا أخذنا بالمنهج الأصولي لتحليل ظاهرة

السياحة تركز الدراسة في هذه الحالة على العوامل الجغرافية سواء كانت طبيعية أم بشرية والتي تؤثر في مختلف جوانب صناعة السياحة، وتشتمل على ما يأتي:

أ- عناصر البيئة الطبيعية التي تضم توزيع اليابس والماء، الأراضي الفضاء، الموقع الجغرافي، أشكال السطح، خصائص عناصر المناخ، مصادر المياه، التربة، النبات الطبيعي، الحيوان الفطري. وتحدد دراسة ملامح البيئة الطبيعية التي تكون جزءاً هاماً من البيئة السياحية The Tourism Environment مدى إمكانية استغلالها سياحياً بل وتحدد أيضا نمط السياحة، وأحياناً مستوى هذا الاستغلال، وبالتالي درجة إسهام هذه الصناعة في الدخل على المستويين العام والفردي في الإقليم السياحي.

ب- العوامل البشرية والاجتماعية والتي تشتمل على السكان في الإقليم من حيث العدد، التوزيع الجغرافي، العادات والتقاليد المتبعة، المستوى الخاص، بالإضافة إلى النظم الاقتصادية السائدة، ومدى توفر رأس المال، والإنشاءات السياحية ومرافق الخدمات الملحقة بها. وتشكل مثل هذه العوامل الوجه الثاني لعملة البيئة السياحية، إذ تحدد مستوى وإشكال المتعة والراحة التي تجهز للسائحين، أو بعبارة أخرى تلعب هذه العوامل دوراً هاماً رئيسياً في إيجاد العرض السياحي الذي يقابل الطلب من السائحين الراغبين في استغلال أوقات فراغهم في اللهو، المتعة والراحة.

ج- تتبع النتائج الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المترتبة على المجموعتين السابقتين من العوامل، ورصد مشكلات القطاع السياحي وهو قطاع يلعب دورا هاما في الدخل القومي للعديد من دول العالم (الزوكة، 1996، ص 73).

هـ. المنهج الوظيفي The Functional Approach:

بتطبيق هذا المنهج عند دراسة صناعة السياحة يتبع مسار خاص في البحث يهدف الى تحليل التركيب الوظيفي للنظم الاقتصادية السائدة، والذي يتباين من إقليم إلى آخر، بل ومن فترة زمنية إلى أخري في نفس الإقليم تبعاً لاختلاف العوامل البشرية

والتطور التاريخي، فوظيفتي العرض والطلب السياحيتين في الدول الفقيرة غير السياحية تتسمان بالبساطة المتناهية وعدم التعقيد لعدم ارتباطها بوظائف إنتاجية أخرى، لأن الهدف من هذا النشاط في هذه الحالة يتم في إطار إقليمي بحت وعلى مستوى محدود يقتصر على الراغبين في قضاء بعض أوقات فراغهم في اللهو البسيط والمتعة، سواء كان ذلك في دولة فقيرة غير سياحية أو في أقاليم ريفية متخلفة (الزوكة، 1996، ص 74).

وتختلف الصورة تماماً في المجتمعات التي تستثمر بعض مواردها سياحياً، بحيث يلعب قطاع السياحة دورا اقتصادياً هاماً، إذ تتعقد الوظائف في قطاع السياحة في هذه الحالة بين الإنتاج، أي تجهيز العرض باستثمار الموارد الطبيعية وتجهيز البيئة السياحية، وتوفير أسباب اللهو والمتعة بها لتكون جاذبة للسائحين من عمليات التسويق السياحي، وهي وظائف تتسم بالتعقيد والصعوبة لتوافر عناصر المنافسة في الأسواق، وتباين ميول وأهداف وإمكانات الراغبين في السياحة (الزوكة، 1996، ص 74).

ولإلقاء مزيد من الضوء على ما أشرنا إليه نذكر أن المنهج الوظيفي لصناعة السياحة يتطلب دراسة العناصر الرئيسية التالية (مينشل، 1973، ص 61):

1- دراسة وحدات الإنتاج وتتمثل هنا في الإنشاءات السياحية من حيث:

- نظام الملكية: إذ تختلف وظيفة المنشأة السياحية ومستوى تشغيلها تبعاً لكل من التطور التاريخي والاختلاف المكاني فعندما كان النظام الشيوعي هو السائد في الجانب الشرقي لألمانيا (ألمانيا الشرقية) بعد الحرب العالمية الثانية، لم يكن للملكية الفردية أي دور في بنيان القطاع السياحي، لتملك الدولة كل المنشآت الاقتصادية، بما فيها السياحة إلا أن الصورة تغيرت تاريخياً، فبعد أكتوبر عام 1990، عندما تم توحيد شطري ألمانيا في دولة واحدة تطبق نظام الاقتصاد الرأسمالي الحر، أصبح للملكية الفردية للمنشآت بما فيها السياحية الدور الهام والرئيسي في القطاع الإنتاجي السياحي. وتتباين أشكال ونظم ملكية المنشآت السياحية مكانياً على مستوى العالم تبعا لمدى توافر رؤوس الأموال ومستوى التسهيلات التي تقدم لرؤوس الأموال

الأجنبية، وطبيعة النظم الاقتصادية المتبعة، ولا يمكن إغفال تأثير الظروف السياسية في هذا الصدد.

- مستوى عمل الفرد: وهو يختلف من دولة إلى أخرى ومن إقليم إلى آخر، بل ومن منشأة سياحية إلى أخرى في الإقليم الواحد وأحياناً في المدينة الواحدة، ففي الأقاليم المتخلفة أو في الدول الفقيرة أو على مستوى المنشأة السياحية الصغيرة البسيطة حيث الإمكانات متواضعة، ومستوى التشغيل وإطاره محدود للغاية يعمل الفرد على مستوى منشأته الصغيرة، وعلى العكس من ذلك تتعدد مستويات عمل الأفراد، وتتعقد في المجتمعات والأقاليم والمنشآت السياحية المتقدمة الكبيرة، والتي تسوق إمكاناتها عالمياً أو على نطاق واسع في إطار الدولة خلال مواسم معينة من السنة لارتباط عملية الإنتاج في هذه الحالة بعمليات أخرى تتعلق بالتسويق والنقل والمنافسة واستهلاك العديد من الخدمات على نطاق واسع.
- مستوى التشغيل والأساليب المتبعة: وهل تتسم بالبساطة، أم هي آلية متطورة يستخدم فيها أحدث نظم العصر في مجالات الحجز والتسويق والتشغيل والاتصالات.
- الأيدي العاملة: وهي تتباين ما بين مالك المنشأة وأسرته في حالة المنشآت السياحية صغيرة الحجم، والعاملين المتعاقدين مع مالك أو ملاك المنشأة التي تكون كبيرة الحجم في هذه الحالة، وهي فئة تتراوح بين الدائمين والموسميين تبعا لنمط السياحة السائد في الإقليم، ومستوى تشغيل المنشأة وطبيعة الخبرات المطلوبة، ويمكن دراسة الأيدي العاملة في مجال صناعة السياحة من حيث خصائصهم الجغرافية والديموجرافية ونسبتهم المئوية إلى جملة القوى العاملة في قطاعات الإنتاج الأخرى.

2- دراسة الأسواق المصدرة للسائحين إلى الأقاليم أو المواقع السياحية من حيث الخصائص والإمكانات ومستوى المنافسة وشبكات النقل المتاحة والموقع الجغرافي بالنسبة لأقاليم ودول العرض السياحي، خاصة أن العامل الأخير يحدد في حالات كثيرة خصائص السائح الوافد من حيث الجنسية ومدة البقاء ومعدل الإنفاق.

3- تحديد دور الدخل السياحي في بناء الاقتصاد القومي، ومن الطبيعي أن هذا الدور لا يتوقف فقط على حجم الاستثمارات السياحية ومستوى استغلال الملامح البيئية والمعالم البشرية، وإنما تلعب الأنشطة الاقتصادية الأخرى في الدولة من حيث النوع والحجم ومعدل الاستخدام دوراً كبيرة في ذلك.

4- تحليل دور السياحية في حجم التجارة الخارجية للدولة من حيث القيمة والأهمية. وحينما يبدأ الجغرافي عمله،عليه أن يقرر أي من المناهج سوف يختار. ويذهب بيري Berry إلى أن هذا مجرد تقسيم لشيء واحد له طرفان فمن طرف هناك إقليم واحد يدرسه الدارس من جميع جوانبه ومن طرف آخر يدرس موضوعاً جغرافياً في العالم أجمع، وبين الطرفين هناك تدرج لا حد له ،حيث يرتبط أكثر من موضوع في إقليم واحد أو في أقاليم قليلة، أو حيث يدرس موضوع أو أكثر في العالم اجمع، ومن ثم فمن الضروري للقيام بأي بحث تحديد عدد الموضوعات التي تدرس من خلال الإقليم في آن واحد .

ومما لاشك فيه أن جغرافية السياحية بما تحتويه من دراسات حول أنماط الظاهرة السياحية والسلوك السياحي قد أضافت بعداً جديداً لميدان الجغرافية بعامة والجغرافيا البشرية بخاصة. وتعد جغرافية السياحة الآن جزءاً هاماً من كيان الجغرافيا البشرية، ذلك أنها تعالج ظاهرة بشرية تتسم بالتباين المكاني، وتحليل أسباب هذا التباين كما تستطيع الجغرافيا السياحية أن تستفيد من الكم الهائل من البيانات التي تصدرها هيئات حكومية ودراسات متميزة، على اعتبار أن ظاهرة السياحة هي ظاهرة مستمرة متغيرة من فترة إلى أخرى، وأن تتبع هذه الظاهرة يحقق هذا الإثراء، وحتى يستطيع هذا الفرع الوليد أن يؤدي دوره ويتجنب النقد الذي يمكن أن يوجه إليه، فان على المهتمين به أن يبتعدوا عن الأساليب التقليدية في البحث وان يستحدثوا من الوسائل ما يمكنه من تخطي مرحلة وصنع القواعد إلى مرحلة وضع النظرية (عبد الحكيم وحمدي الديب، 1995، ص 23).

الفصل الثاني
تاريخ السياحة

للنشر والتوزيع
الوراق
www.alwaraq-pub.com

تـاريـخ السيـاحـة

عرف الإنسان ظاهرة السفر منذ عصور سحيقة باعتبارها من الظـواهر الطبيعيـة التي تحتم على الإنسان الانتقال من مكان لآخر لدوافع شتى، وتميزت ظاهرة السفر في فجر التاريخ بأنها بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها، وتطـورت هذه الظاهرة حتى تحولت إلى نشاط له قواعده ومبادئه وتأثيراته المختلفة علـى مختلـف شؤون الحياة (الحوري والدباغ، 2001، ص 15).

- **المراحل التاريخية لتطور ظاهرة السفر والسياحة:**

إن أية ظاهرة توضع للدراسة والبحث لا بد من الرجوع إلى جـذورها التاريخية للتعرف على كيفية تكوينها ونشأتها وتطورهـا. وتعـد ظـاهرة السـفر والسـياحة مـن المظاهر الإنسانية التي ينبغي الاطلاع على المراحل التاريخية التي مرت بها لكي نفهمهـا من جميع جوانبها وذلك على النحو التالي (الحوري والدباغ، 2001، ص 15- 16):

1- السفر في العصور البدائية الأولى (المرحلة البدائية) أو عصر ما قبل التاريخ:

يقصد بالمراحل البدائية عـصور مـا قبـل التـاريخ أي المرحلـة الـتي عـاش فيهـا الإنسان قبل أن يعرف حروف الكتابة والتـدوين، والـتي سميـت بالعـصور الحجريـة، ويمكن حصر هذه المرحلة منذ نشأة الخليقة حتى الألف الخامس قبل الميلاد، أي حتـى بزوغ فجر الحـضارات... حـضارة وادي الرافـدين في العـراق، والحـضارة الفرعونيـة في مصر. ومن أبرز سمات هذه المرحلة:

- عدم وجود للحكومات.
- عدم وجود نظام للدول والدويلات.
- لا وجود للجيوش.
- لا وجود للقوانين والأنظمة.
- لا وجود للعلوم.
- لا وجود لوسائل النقل.

- لا وجود للنقود.
- لا وجود للمعاملات التجارية (البيع والشراء).
- عدم تكامل الوازع الديني.

هكذا كان الإنسان آنذاك يعيش حياة بدائية مشاعة، أما بالنسبة لظاهرة التنقل والسفر قد كانت موجودة في هذه المرحلة، فحب الانتقال عند الإنسان حالة فطرية طبيعة كامنة في ذاته،وقد دعت الحاجة، الإنسان إلى الانتقال منذ فجر التاريخ، وكان الانتقال في هذه المرحلة جزءاً لا يتجزأ من الحياة وضرورة تحتمها طبيعة المجتمع، وفي الوقت الذي لم تكن هناك محددات وضعية تعيق حركة تنقل الإنسان، ولم تكن هناك تسهيلات وضعية تهيئ الظروف المناسبة لتشجيع الإنسان على التنقل..حيث كانت عملية التنقل محددة بالقوانين الطبيعية فقط، وكان الإنسان ينتقل على سجيته لا تحدده حدود ولا تعوقه قيود، وليس في حيازته من وسائل السفر سوى قوته الجسمانية أو دابته غير مقيد بوقت، ولا يعوقه جنس أو عرق أو دين أو دولة، ولم يكن السفر يخضع لأي تنظيم أو قانون أو دراسة سوى قانون الطبيعة. ويمكن الإشارة إلى أن أهم دوافع التنقل في هذه المرحلة كانت تتمثل في (الحوري والدباغ، 2001، ص 15- 16):

أ. السعي وراء الماء والعشب سواء للإنسان أو لدابته أو لأغنامه.

ب. الانتقال من المكان القاحل إلى المكان الخصب.

ج. دافع الخوف: هربا من الوحوش والحيوانات المفترسة.

د. سعيا وراء الجمع والالتقاط والصيد.

هـ. لاستكشاف الأراضي المحيطة.

مميزات التنقل في هذه المرحلة:

كان من أهم مميزات التنقل في هذه المرحلة (الحوري والدباغ، 2001، ص 16- 17):

- لم تكن هناك وسائل نقل سوى السير على الأقدام أو الاستعانة بالدابة، وكان الإنسان يستعين بجذوع الأشجار والنخيل في عبور الأنهار. وكان من أهم مميزات التنقل في هذه المرحلة تتمثل في أنه:
- لم تكن هناك طرق سالكة أو معبدة.
- عدم توافر عنصر الأمان في عملية التنقل.
- لم يكن عامل الوقت يدخل في حسابات السفر.
- لا وجود لقوانين وضعية أمام السفر.
- لا وجود لعمليات تسهيلات وضعية لعملية السفر.

2- السفر في العصور القديمة:

بدأت هذه المرحلة مع بداية نشأة حضارة وادي الرافدين بالألف الخامس قبل الميلاد وانتهت بسقوط الإمبراطورية الرومانية في نهاية القرن الرابع، وعلى وجه الخصوص عام 593م، وقد شهد العالم تطوراً ملحوظاً في هذه المرحلة (الحوري والدباغ، 2001، ص 17) التي تتميز عن العصور السابقة لها بعدة خصائص لعل أبرزها معرفة الطرق بدرجات متباينة من حيث السمات والتوزيع الجغرافي، مما أسهم في سهولة السفر والترحال للأغراض المختلفة إلى جانب تبلور الكسب المعنوي كهدف للسفر. وقد كان للرومان فضل كبير في تقدم النقل في المناطق التي غزوها وسيطروا عليها، حتى أن حالة الطرق في بريطانيا في عصر الرومان كانت أحسن كثيراً من حالتها في القرن الثامن عشر الميلادي (عز الدين وعاشور، 2005، ص 20).

سمات هذه المرحلة: كان من أهم سمات هذه المرحلة ما يلي (الحوري والدباغ، **2001**، ص **17**):

أ- ظهور الحكومات.

ب-ظهور الدويلات والدول والإمبراطوريات التي من أهمها الدول التي نشأت في بلاد وادي الرافدين، ثم الدولة الفرعونية في بلاد وادي النيل، ثم الإمبراطورية اليونانية في اليونان والمنطقة المحيطة بها والإمبراطورية الرومانية التي شملت أوروبا وأجزاء من آسيا وشمال أفريقيا.

ج- ظهور الجيوش التي هيأت نوعاً من الأمن، إذ امتدت حمايتها حتى شملت بعض الطرق الخارجية.

د- ظهور الأنظمة والقوانين التي تنظم شؤون البشر.

هـ- ظهور بعض العلوم.

و- تطور نسبي في وسائط التنقل باستخدام العربات والسفن الشراعية.

ز- ظهور النقود التي سهلت مهمة التبادل التجاري وكذلك ظهور المعاملات والتبادل التجاري.

ح- نشأة الملكية الفردية (الخاصة).

ط- ظهور الأديان والمعتقدات الدينية.

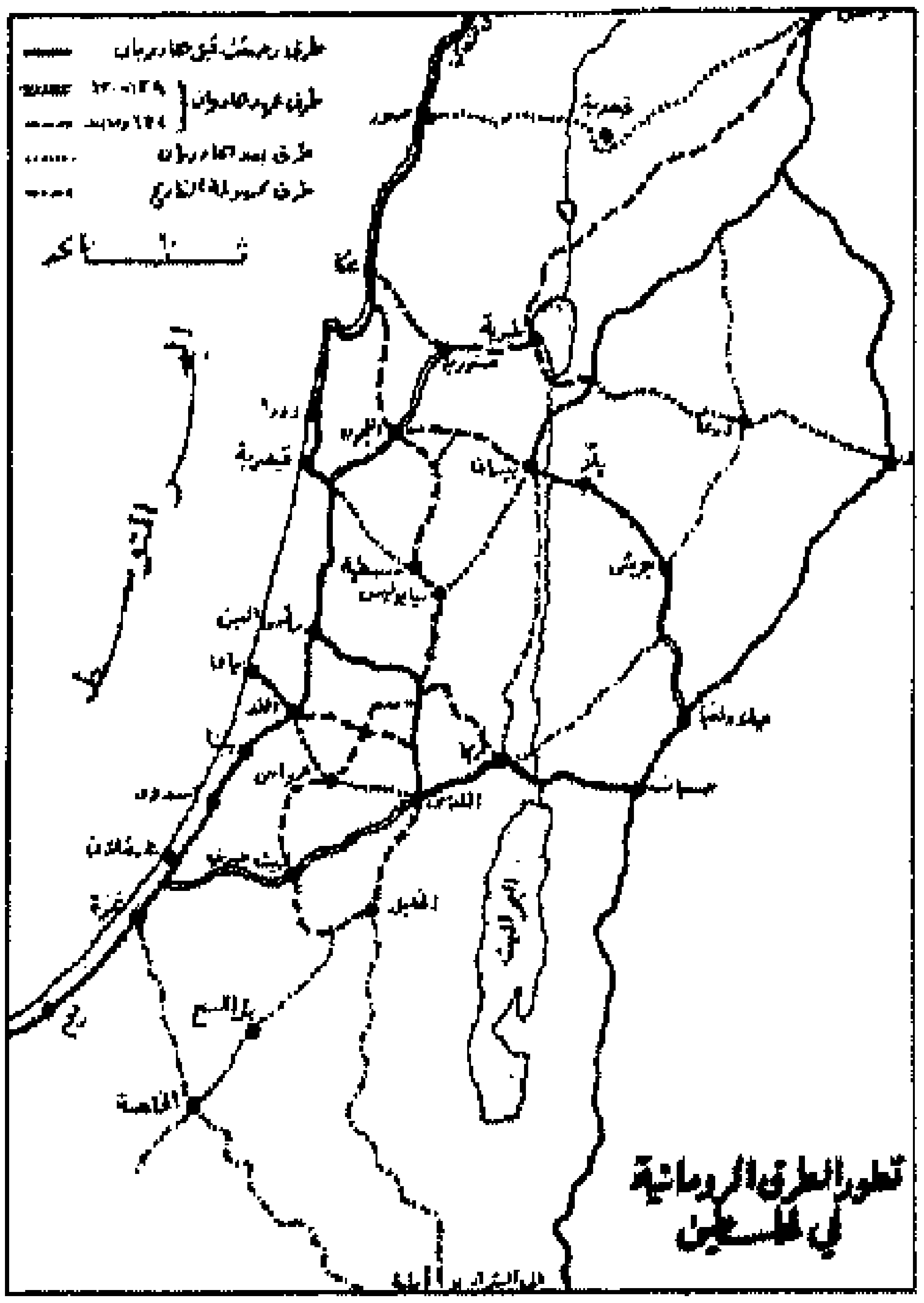
من العرض السابق نستنتج أن هناك تطورا ملحوظا قد تحقق في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك ظاهرة السفر، فلم تعد ظاهرة محكومة بالقوانين الطبيعية فقط، وإنما نشأت زيادة على ذلك مجموعة من العوامل الوضعية أثرت بشكل مباشر وغير مباشر على حركة انتقال البشر آنذاك، فقد ظهرت المحددات والمعوقات الوضعية التي أثرت سلبا على ظاهرة التنقل والسفر منه مثلاً: ظهور الدول والحدود والملكية الخاصة والانتماء الحكومي والارتباط الوظيفي أو المهني والالتزام بالقوانين والتشريعات وعدم توافر وقت الفراغ.

والى جانب ذلك، ظهرت التسهيلات الوضعية التي أثرت ايجابيا على ظاهرة السفر ومنها مثلا: تطور وسائل النقل توفر الطرق السالكة، توفر الأمان، ظهور النقود (أنظر الشكل التالي الذي يوضح عملة ذهبية من فترة الإمبراطور جوستين القرن السادس بعد الميلاد) والمبادلات التجارية والوازع الديني.. الخ (الحوري والدباغ، 2001، ص 17- 18).

(جباليا) عملة ذهبية من فترة الإمبراطور جوستين القرن السادس بعد الميلاد

فقد عرف المصريون الكثير عن جغرافية بلادهم ومما يؤكد ذلك تعدد الأعياد والاحتفالات الدينية في مصر الفرعونية والتي كان يحتفل بها المصريون، وتشهد البلاد خلالها تحرك السكان صوب مراكز عمرانية محددة، وخاصة الواقع منها على مجرى نهر النيل مباشرة، ومن أمثلة هذه الأعياد عيد الحصاد، عيد المشاعل (المصابيح) وعيد اليوم الجديد (عيد النيروز) كما شكلت مصر مزارا، وقبلة للوافدين "السياح" من الأقاليم الأجنبية، ويمكن القول، أن بلقيس ملكة سبأ تعد أشهر سائحة (بمفهوم السائح الحديث) في التاريخ القديم منذ سهرتها سيرة وحكمة وقوة سليمان الحكيم (960-925 ق. م)، وما تناقلته الأخبار عما تتمتع به مملكته من ثراء ورفاهية وبذخ، مما دفعها إلى القيام برحلة (سياحية) لزيارته في القدس. ويعد الفينيقيون من أشهر الشعوب القديمة التي اتسمت بحب المخاطرة، واهتمت بالترحال البحري بحثا عن المعرفة والكسب المادي، وهي تعد في جانب منها – المعرفة والمتعة- من أهداف السياحة بمفهومها الحديث، وقد عرفت أسفار الاستجمام لدى الشعوب القديمة مثل: الفينيقيين والمصريين القدماء، كما أن هناك من الدلائل التي تشير إلى وجود أسفار تدفعها الأغراض الشخصية، ومنها استضافة اليونان للزوار الأجانب أثناء الألعاب الاولمبية الأولى سنة 776ق.م (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 26)، كما ارتحلوا أيضا إلى منابع العيون المائية للاستشفاء والمعالجة بعد معرفتهم بمزاياها العلاجية. ويعتبر

هيرودوت الإغريقي من الرواد الأوائل حيث قام برحلات هامة للتعرف على طبائع الشعوب الأخرى وأسلوب حياتها ونظمها السياسية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 10). كما أن الرومان كانوا يقضون عطلاتهم على سواحل بلادهم أو في مصر إما من أجل الاستجمام أو لزيارة الأقارب والأصدقاء، وفي عهد الرومان ساد السلام النسبي، ودخلت الطبقات العليا والوسطى من التجار في علاقات تجارية مع سائر الإمبراطورية والبلدان الأخرى. ويشير عدد كبير من المؤرخين إلى أن الرومان هم أول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل بعض أوقات الفراغ بالسفر والترحال من أجل المتعة وقضاء، أوقات طيبة. وقد كان لليسر النسبي لسبل السفر في ذلك الوقت احد الدوافع التي شجعتهم على القيام بهذه السفريات مستخدمين في ذلك الجياد كوسيلة للانتقال على مراحل ويتم استبدال هذه الجياد في كل مرحلة تقدر بحوالي خمسة أو ستة أميال، وذلك عن طريق عربات مجهزة بالأثاث اللازم تجر بهذه الجياد، وقد يسرت هذه الوسيلة للرومانيين السفر عبر الطرق الرئيسية بسرعة تبلغ المائة ميل أو أكثر في اليوم الواحد، وقد كان الهدف من الرحلات الرومانية في هذه العصور زيارة معابد شهيرة، وتماثيل وعجائب العالم القديم كسرا مصر القديمة، وأهراماتها، وكذلك لمشاهدة الحضارة اليونانية، كما سافر الرومانيون أيضا إلى الحمامات العلاجية كما فعل الإغريق، والى المزارات الدينية التي اشتهرت بظاهرة علاج المرضى (الأفندي، بدون تاريخ، ص 10).



المصدر: الموسوعة الفلسطينية، المجلد الثاني، الدراسات التاريخية، الطبعة الأولى، ص 196.

ونشطت الرحلات الكشفية الرومانية البحرية والبرية خارج حدود الإمبراطورية منذ القرن الأول الميلادي حتى أنهم وصولا إلى منابع نهــر النيـل في أفريقيا خـلال القرن الأول الميلادي كما وصولوا إلى أقاليم ما وراء الهند عـن طـرق البحـر خـلال القرن الثاني الميلادي، وتبع ذلك إقامة خط ملاحي منتظم يربط عـدن ببعض مـوانئ الهند (عز الدين وعاشور، 2005، ص 20).

ويتضح مما سبق، أن هـذه السفريات كانـت تـتم في مواقيـت معينة كمناسـبة المباريات الرياضية والمسابقات السنوية، بالإضافة إلى مواعيد إقامة الأسواق التجاريـة، ومواسم الأعياد، وهي ما عرفت بعد ذلك في علم السياحة الحديثة "بمواسم الـذروة". ولقد ساعد على القيام بهذه الرحلات السهولة النسبية لوسائل النقل عن طريق نظـام المواصلات الجيد الذي أقامته الإمبراطورية الرومانية، والذي سرعان ما انتكس بانهيار هذه الإمبراطورية في القرن الخامس الميلادي، وكان أحد عوامل انهيار مـا عـرف بعـد

ذلك بالسياحة في هذه العصور القديمة. فقد تبع انهيار إمبراطورية الرومان خلال القرن الخامس الميلادي انهيار مماثل في حركة السفر والترحال كنتيجة لانتشار الفوضى، وتدهور شبكة الطرق والأحوال الاقتصادية وغياب الأمن (الأفندي، بدون تاريخ، ص 10).

3- السفر في العصور الوسطى:

استغرقت الفترة الممتدة من القرن الخامس الميلادي وحتى نهاية القرن الخامس عشر الميلادي وتميزت هذه الفترة بنشاط وتعدد الرحلات التي قام بها كل من الأوروبيين والعرب.

- **نشاط الأوروبيين:**

تحولت أوروبا بعد سقوط الإمبراطورية الرومانية إلى مجموعات متناحرة من الإقطاعيات، وساد الظلام في أوروبا، وتلاشت المدن الكبيرة، وفقد الأمان، وكثرت الخلافات والنزاعات بين الإقطاعيات، وكان لذلك كله تأثيرات سلبية على حركة السفر بمختلف دوافعها (الحوري والدباغ، 2001، ص 22)، وكان السفر والتجارة عبارة عن صعوبات لأن الطرق استهلكت والظروف العامة للسفر أصبحت صعبة وخطرة. واقتصر نشاط الرحلات والسياحة في أوروبا خلال أوائل هذه المرحلة على الرحلات ذات الطابع الديني، إذ كثر السفر إلى المعابد المسيحية وهي الديانة الجديدة في القارة، في حين تجاوزت رحلات السفر في مرحلة تالية حدود القارة لتعدد الرحلات الدينية، إلى الأماكن المقدسة في فلسطين. وبعد فترة من الركود الفكري والتدهور الاقتصادي والسياسي في أوروبا، والتي امتدت بين القرنيين الرابع والسادس الميلاديين كانت الكنيسة ورجال الدين يشكلون خلالها المنبر الفكري الوحيد في القارة، لذلك نشطت رحلات الكشف والاستطلاع والتي قام بها بعض رجال الدين الأوروبيين من أمثال الراهب "كوزماس" والأخوان "قبلاي خان" ورحلات ماركو بولو الشهيرة (عز الدين وعاشور، 2005، ص 23).

وهكذا يتضح أن دور أوروبا في حركة الأسفار في العصور الوسطى كان دورا محدوداً، وان أهم ما يميز هذه المرحلة انتقال الحضارة حيث أصبحت الدول العربية والإسلامية مركز للإشعاع الفكري والتطور العلمي والأدبي والازدهار التجاري إلى أوروبا (الحوري والدباغ، 2001، ص 23).

- نشاط العرب:

كان لتفوق الحضارة الإسلامية منذ القرن الثامن الميلادي وحتى أواسط القرن الثالث عشر الميلادي عن مثيلتها في البلاد الأوروبية والأسيوية اثراً بالغاً في ثراء هذه البلاد وازدهار النشاط التجاري والصناعي والثقافي بها مما اجتذب الباحثين والعلماء من أنحاء العالم المختلفة إلى هذه المراكز المزدهرة المتمثلة في بغداد وقرطبة وخلافها من البلاد الإسلامية ينهلون من منابعها " أسس حضارتهم اللاحقة ". كما انطلق الرحالة والعلماء العرب من هذه البلاد الإسلامية المزدهرة يجولون أنحاء العالم ناشرين حضارتهم في أرجائهم تاركين فيها وثائقهم الحاوية لمبادئهم وثقافاتهم التي تعد بلا شك احد عناصر الوثائق السياحية الفريدة في وقتنا الحاضر، وقد شملت هذه الوثائق التاريخية وصفا تفصيليا للبلاد التي ارتحلوا إليها في تلك العصور من اسبانيا غربا وحتى تركستان ومصب نهر السند شرقا مبينة المناطق المأهولة، والمناطق المزروعة موضحين مدى انتشار أنواع النباتات، وكذا الصحاري ومواقع مناجم المعادن المختلفة، كما شملت هذه الوثائق الظروف الطبيعية والمناخية لهذه البلاد، فضلاً عن أنماط الحياة الاجتماعية والزراعية والصناعية، بالإضافة إلى التعاليم الدينية واللغات المتباينة وغيرها. لقد انفرد العرب من الفترة بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر في تطوير مبادئ السياحة، وقد وضعوا الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة (توفيق، 1997، ص 17)، وانفردوا كذلك، في تطور حركة الأسفار بمختلف دوافعها وبواعثها، وأسهموا إسهاما رائدا في وضع الأسس الأولى لفروع السفر والسياحة. وفي هذه الحقبة تطور الوازع الديني عند المسلمين، وأصبح أعداد كبيرة من الناس يسافرون

سنوياً لأداء طقوس الحج في مكة والمدينة المنورة، علاوة على زيارتهم بيت المقدس في فلسطين.

ومن الرحالة العرب الخوارزمي الذي يعد أحد هؤلاء الرحالة الأوائل وقد كان أول من وضع خريطة لغرب أفريقيا، كما قام بتنقيح الترجمة العربية لكتاب "الجغرافيا" لبطليموس والذي توفي في عام 833م.

كما يعد المسعودي صاحب كتاب "مروج الذهب" أحد هؤلاء الرواد، وقد سطر كتابه هذا في عام 943م، وقد شمل وصفا دقيقا لشرق أفريقيا (الأفندي، بدون تاريخ، ص 11). ومن ابرز الرحالة العرب في تلك العصور ابن بطوطة الذي وضع كتاب "تحفة الأنظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار" الذي ضمنه رحلاته إلى آسيا وأفريقيا، وكذلك أبو عبيدة البكري الذي وضع كتاب عن غرب أفريقيا بعنوان "المسالك والممالك". ومن الرحالة العرب أيضا ابن جبير الذي قام برحلة من بلاد الأندلس إلى المشرق العربي (توفيق، 1997، ص 17). ولا يفوتنا في هذا المجال أيضا ذكر "البيروني" صاحب كتاب "تحرير ما للهند من مقولة مقبولة في العقل أو مرذولة" الذي تضمن شرحا وافيا للظواهر الطبيعية والبشرية للمنطقة الواقعة ما بين حدود الهند الشمالية وحدود نيبال الجنوبية. كما نذكر عالمنا العربي الإدريسي صاحب كتاب "نزهة المشتاق في اختراق الأفاق" والمتوفي عام 1153م (الأفندي، بدون تاريخ، ص 11).

وهناك الكثير من المؤلفات العربية والإسلامية التي رسخت القواعد الأولية لمفهوم السياحة خلال العصور الوسطى، وكذلك الروايات الأدبية التي كتب آنذاك مثل: السندباد وألف ليلة وليلة. جدير بالذكر أن القرآن الكريم يتضمن الكثير من المعلومات الجغرافية السياحية كالإشارة إلى البحار السبعة (الآية 27 من سورة لقمان)، وفكرة استواء الأرض، يشار إلى أن عدداً كبيراً من المدن العربية والإسلامية ضمت العديد من المباني والتجهيزات الخاصة بإقامة النزلاء والزائرين وتوفير الراحة لهم وذلك خلال العصور الوسطى، مثال ذلك، ما أشار إليه، الرحالة والمؤرخين من كثرة

الفنادق والنزل والخانات والحمامات في مدن القاهرة، الإسكندرية، بغداد، البصرة، دمشق، حمص، تونس، سمرقند، وغزة ومدن الأندلس بصورة خاصة.

ويلخص كل من الحوري والدباغ في كتابهما الموسوم بـ "مبادئ السفر والسياحة" (2001) ابرز ما يميز الأسفار في العصر الوسيط على النحو التالي:

- اضمحلال وتلاشي دور أوروبا في حركة الأسفار وبروز دور العرب في هذا المجال.
- ظهور حب الترحال عند الرحالة والمستكشفين وكان للرحالة العرب الدور الريادي والكبير في هذا النمط من الأسفار.
- تطور صناعة الورق وأدوات الكتابة ساعدت على تدوين أحداث الرحلات وتقديم وصفا دقيقا للبلدان، أصبح بمثابة دليل في الإرشاد السياحي.
- انتعاش الحركة التجارية في العالم نشط حركة الأسفار.
- تطور الصناعات اليدوية والحرفية ساعد على انتعاش التجارة، وانعكس ذلك ايجابياً على السفر.
- تطور الوازع الديني وكثرة إعداد الحجاج وارتباطه مع دافع المتعة نشط حركة الأسفار.
- تطور الآداب والفنون أعطى دوافع جديدة للسفر.
- وضع الخرائط لأول مرة في هذه الحقبة الزمنية سهل عملية السفر.

4- السفر في عصر النهضة:

بدأت هذه المرحلة بعد انتهاء عصر الإقطاع في أوروبا، في القرن الخامس عشر الميلادي ونشوء الرأسمالية التجارية، واستمرت حتى قيام الثورة الصناعية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر الميلادي في أوروبا. وقد سميت بعصر النهضة لأن أوروبا شهدت نهضة في شتى المجالات العلمية والأدبية والفكرية والفنية، واستفاقت من سباتها الطويل في العصور الوسطى، وعاشت مرحلة تحقق فيها التطور

(الحوري والدباغ، 201، ص 26).

وفي عصر النهضة فتحت أبواب الكسب الكثيرة أمام الناس، واتسعت مداركهم وآفاقهم بظهور علماء وفنانين في جميع المجالات سواء في المجال العلمي أو الأدبي أو الفني، فكانوا يذهبون إلى عواصم العالم والمدن الشهيرة لمشاهدة آثارها ومراكزها الثقافية وهم سوا أثرياء عرفوا السياحة الترفيهية، وقد ازداد عدد هؤلاء السواح في القرن السابع والثامن عشر الميلاديين، وظهر عدد كبير من الكتيبات التي تعتبر بمثابة نشرات إعلامية (توفيق،1997، ص 18).

وكان حب المغامرة والاستطلاع مع الرغبة في الكشف والكسب وتزايد المعارف وإضافة ممتلكات جديدة للوطن كانت كلها دوافع للرحلات الأوروبية خلال هذه المرحلة التي أدت إلى تراكم الثروات في ممالك أوروبا التي شيدت العديد من القصور والكنائس والمباني والحدائق الفاخرة ودور العلم والثقافة والمتاحف والتي شكلت كلها مزارات سياحية جذبت أعداد كبيرة من الزوار من مختلف جهات القارة الأوروبية، وتصدرت اسبانيا وفرنسا وايطاليا دول أوروبا الجاذبة للزوار من خارجها مما شجع سان موريس الفرنسي على إصدار دليل سياحي في العالم وعنوانه "الدليل الأمين للأجانب في الرحلة بفرنسا وذلك عام 1672م، وأسهم الرواج الاقتصادي والحضاري الذي شهدته أوروبا خلال هذه المرحلة نتيجة لنشاطها الاستعماري الواسع والثورة الصناعية في ظهور ظاهرة جديدة في مجال السفر و السياحة تمثلت في قيام الأفراد برحلات خاصة تهدف إلى المتعة والترويج عن النفس ولا تسعى إلى الكسب المادي، وربما ساعد على ذلك تعدد العطلات وطول فترة العطلة [1] السنوية منها، مما أدى إلى ظهور تعبير السياحة **Tourism** بمعناها الحديث، وبالتالي بدأ في استخدام تعبير

---

(1) كلمة عطلة بالانجليزية **Holiday** مشتقة بطبيعة الحال من عبارة أيام مقدسة **Holy Day** وهي أيام مقرونة بمظاهر دينية بالرغم من استخدامها اليوم استخداما بمعنى علماني يعني راحة مؤقتة من روتين الحياة اليومية ووقت فراغ وتسلية وترويح. وكانت العطلات العامة مظهراً من مظاهر روما القديمة.

السائح Tourist للإشارة إلى الشخص الذي يقوم برحلة من أجل المتعة والترويج أو لأسباب صحية ودينية (الزوكة، 1996، ص 32).

ففي القرن السادس عشر الميلادي، بدأت تظهر ظاهرة سياحة تشابه السياحة الترفيهية في العصر الحديث، وذلك عندما أخذت طوائف من الناس السفر إلى الأماكن المعروفة بمباهجها وذلك بهدف المتعة الذاتية، ومع تزايد أعداد هذه الطوائف تدريجيا أخذت طوائف أخرى في السفر إلى البلاد والعواصم الكبرى، بغرض الاستمتاع الثقافي بمشاهدة ما تضم هذه البلاد والعواصم من التراث ذي الماضي العظيم كالقصور الملكية الفخمة والتحف المعمارية كالكاتدرائيات وخلافه، أما في القرن السابع عشر فقد انتشرت ظاهرة سياحية أخرى تندرج تحت ما اصطلح عليه حديثا بالسياحة الطبية، حيث بدا أطباء هذا القرن في التعرف على الخصائص العلاجية لينابيع المياه المعدنية الطبيعية في بعض البلاد الأوروبية، ما دفعهم إلى إرسال مرضاهم إلى هذه الينابيع المائية للاستشفاء بمياهها، وقد ساعدت هذه الينابيع على ازدهار المناطق التي تنبع فيها وإنشاء مدن كبيرة حولها في سويسرا وفرنسا (الأفندي، بدون تاريخ، ص 13).

وأخيرا يمكن تثبيت أهم ما يميز حركة الأسفار في عصر النهضة بما يلي (الحوري والدباغ، 2001، ص 28-29):

- عودة أوروبا من جديد لتكون القارة الأولى من حيث التأثير على حركة الأسفار في العالم.
- توسع الرقعة الجغرافية لحركة الأسفار باكتشاف العالم الجديد (الأمريكتين واستراليا) ومناطق في أفريقيا.
- الاستكشافات الجديدة وسعت من الرقعة الجغرافية للسوق العالمية ونشطت حركة التجارة العالمية وانعكس ذلك إيجابيا على حركة الأسفار.
- اقتصار السفر على الطبقات الثرية لأنه يتطلب تكاليف عالية.
- السفر والسياحة أصبحت تشكل ظاهرة معروفة، على الرغم من ضيق انتشارها.

- تطور العلوم والفنون والآداب اثر ايجابيا على حركة الأسفار.
- ظهرت لأول مرة في هذه المرحلة بذور "الإرشاد السياحي وتجسد ذلك بإصدار الأدلة السياحية والخرائط السياحية.

5- السفر في عصر الآلة:

عرف هذا العصر بعصر سياحة الأغنياء أو الطبقة الواحدة وبدأ مع قيام الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر الميلادي واستمر حتى نهاية الحرب العالمية الثانية. ويعد اختراع آلة الاحتراق الداخلية بحجم مناسب عام 1885 وتطور صناعة السيارات واستخدام الإطارات الهوائية التي تسير عليها السيارة عام 1888 من العوامل التي أسهمت في تزايد نشاط حركة السياحة وتعدد محاورها وخاصة بعد تحسن خصائص الطرق واتساع شبكاتها، فمالك السيارة وهو مرتفعي الدخل عادة يكون أكثر رغبة في التنقل والسياحة خارج موطنه، وخاصة خلال الإجازات والعطلات وانخفضت نسبيا تكاليف النقل على المسافات القصيرة والمتوسطة بعد استخدام القاطرات الحديدية مما أدى إلى مشاركة متوسطي الدخل في نشاط السياحة والرحلات وخاصة المتجه منها صوب المنتجعات القريبة من تجمعات السكان الرئيسية والمراكز الصناعية الكبيرة، وذلك في قارتي أوروبا وأمريكا الانجلو سكسونية (الزوكة، 1996، ص 34).

والى جانب ظهور السكك الحديدية، ظهرت البواخر التي تعمل بالطاقة البخارية والتي سهلت عملية اتصال أوروبا بالعالم، وبالذات العالم الجديد متمثلا في الأمريكتين واستراليا.

وعلى الرغم، من قيام حربين عالميتين خلال هذه المرحلة وتأثيراتها السلبية على حركة السفر والسياحة إلا أنه تبقى نتائج الثورة الصناعية وانعكاساتها الايجابية على تطور حركة السفر والسياحة هي السمة الطاغية على الأمر (الحوري والدباغ، 2001، ص 28-29).

وعلى العموم، يمكن أن نعتبر أن الحربين العالميتين الأولى والثانية كان لهما أثرا كبيراً في تطور وتقدم السياحة حيث بدأت الحرب العالمية الثانية بتحويل وتطوير

الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية، وكذلك السيارات والقاطرات حيث كان التركيز قبل ذلك على استعمالاتها في الحرب فقط، وكذلك كان لانتقال الجيوش خلال الحربين بين دول العالم أثرا كبيراً على تطور السياحة واكتشاف البلدان الأخرى.

ويمكن أن نجمل مميزات السفر في عصر الآلة بما يأتي (الحوري والدباغ، 2001، ص 31-32):

أ- انتشار حركة السفر والسياحة خصوصا بين الطبقات المالكة المسيطرة من الملوك والأمراء ورجال المال والاقتصاد الذين يملكون من الإمكانات والوقت ما يساعدهم على السفر في أي ظرف وبأي وسيلة والى أي مكان لأية مدة يريدون.

ب- قلة عدد المسافرين للأغراض السياحية واقتصارها على الطبقات الغنية

ج- كثرة إنفاق المسافرين، وهذا ناتج عن توافر الإمكانيات المادية لدى المسافر.

د- طول مدة الرحلة السياحية، إذ أن عامل الوقت أو ارتباط أو التزام يحد من فترة الرحلة وخاصة عند طبقة الأغنياء.

هـ- عدم الاهتمام والتقيد بعامل السعر أي أسعار الخدمات السياحية المتمثلة بوسائل السفر، أماكن الإقامة المشتريات الأخرى، فغالبية السياح كانوا من الأغنياء لا يهمهم السفر.

6- السفر في العصر الحديث:

يتميز السفر في العصر الحديث بعدة سمات يمكن تحديدها على النحو التالي (الحوري والدباغ، 2001، ص 32-33):

أ. تطورت الحركة العمالية في العالم، فقد بدأت النظم السياسية والاجتماعية في العالم تتجه إلى تحقيق الاستقرار للطبقة العاملة، ورد حقوقها المهضومة إليها، وتوفر أسباب العيش الكريم لها كما بدأت هذه الطبقة تنظم صفوفها، وتكون فيما بينها نقابات واتحادات العمال للدفاع عن حقوقها، سواء كان ذلك في الأنظمة الاشتراكية أو الرأسمالية أو الأنظمة المختلفة الأخرى، وظهرت العديد من التشريعات في هذا المجال **أهمها:** التشريعات الخاصة بالإجازات فظهرت أنواع

عديدة من الإجازات أهمها: الإجازات السنوية المدفوعة بأجر تام بهدف توفير وقت الفراغ الكافي للطبقة العاملة لتتمكن من استثماره بأنشطة ترويجية منها السفر والسياحة التي تحقق الراحة والاستجمام للطبقة العاملة.

ب. تطور المستوى المعيشي للسكان وبالذات في أوروبا وأمريكا الشمالية وارتفاع مستوى دخل الفرد فيها.

ج. تزايد حجم السكان بشكل مضطرد.

د. تحقيق الاستقرار السياسي والأمني وتطور العلاقات بين البلدان.

هـ. تطور وسائل النقل والاتصالات، حيث شهدت هذه المرحلة تطور النقل الجوي باستخدام أحدث الطائرات التي اختزلت المسافات بين البلدان، وتطور صناعة السيارات.

- **الظواهر السياحية:**

تنفرد الظاهرة السياحية بعدة ظواهر ولعل أهمها (الزوكة، 1996، ص 36-38):

1- نشاط الرحلات السياحية الجماعية الرخيصة، فبعد أن كانت سياحة الأغنياء من الظواهر السياحية المميزة للمرحلة السابقة، حيث كان نشاط الرحلات السياحية يستأثر بمعظم الموسرين، وهم بطبيعة الحال محدودين في أعدادهم، شهدت المرحلة المعاصرة، وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية، ما يمكن أن نطلق عليه تعبير "السياحة الاجتماعية" إذ نشطت الرحلات الجماعية التي تضم أصحاب الدخول المحدودة الذين يسعون إلى قضاء إجازاتهم أو جزء منها حسب إمكانياتهم خارج أوطانهم، وتشكل هذه الشريحة من السكان ذوي الدخل المحدود قطاعات عريضة من إجمالي سكان معظم دول العالم مما يعني أن السياحة الجماعية "الاجتماعية" لها معين لا ينضب من الراغبين فيها إذا ما توافرت باقي العوامل المشجعة لها.

2- تطور وسائل النقل السريع وانخفاض تكلفتها، خاصة النقل الجوي الذي يتميز بخصائص السرعة الفائقة والراحة التامة، وقطع المسافات الطويلة، وتخطي مناطق الصعوبة الطبيعية، و أمكن تجاوز ارتفاع تكاليف النقل الجوي في مجال السياحة

الحديثة عن طريق استخدام الطائرات التي تقوم برحلات مؤجرة خلال الإجازات والمواسم السياحية لحساب شركات السياحة وبذلك يتمكن السائح الأوروبي أو الأمريكي من القيام برحلات سياحية إلى أي إقليم من أقاليم العالم مهما كان بعده المكاني بتكاليف معقولة ولكن بشرط توافر عوامل الجذب السياحي، مما أسهم في اتجاه موجات السائحين إلى دول مثل: نيبال في نطاق مرتفعات الهملايا في آسيا، وجزر المحيط الهادي والبحر الكاريبي.

3- انتشار المتنجعات السياحية في العديد من دول العالم، والتي تعتمد في نشاطها على ملامح بيئية خاصة(*). وتستمد مقومات استمرارها وازدهارها من زوارها من السياح على وجه الخصوص، لذلك يتفنن العاملون في المتنجعات في استخدام أساليب عديدة لجذب الزوار لقضاء إجازاتهم فيها كإقامة معارض دولية للزهور، كما في هولندا وفرنسا وايطاليا، أو سباقات للسيارات كما في مونت كارلو التي يقام فيها سباق الرالي Rally سنوياً، أو سباقات للخيول، أو للزوارق البحرية كما هو الحال في فلوريدا بالولايات المتحدة الأمريكية، وبريطانيا، أو بطولات للجولف، أو سباقات لصيد الأسماك والغطس كما هو في القرى السياحية بالبحر الأحمر في مصر، وفي جزر البحر الكاريبي.

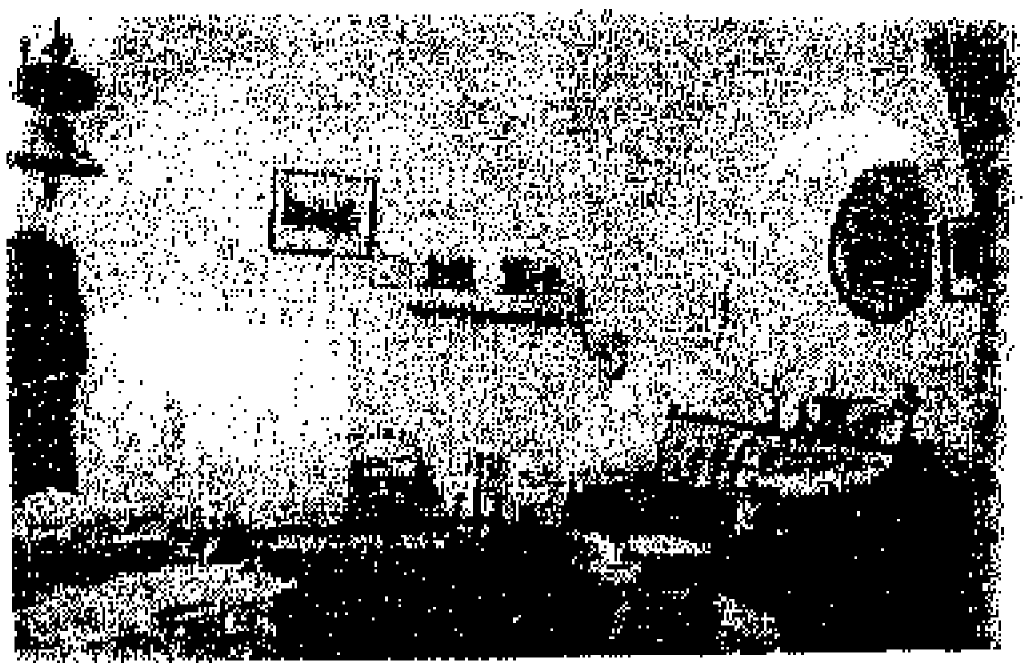
- تعدد أنماط المتنجعات في العالم ، حيث تضم متنجعات شيدت قرب ظواهر طبيعية تتميز بالمناظر الطبيعية الساحرة كالمرتفعات والشلالات المائية والبراكين الخامدة والبحيرات والكهوف الطبيعية، وهناك متنجعات رياضية لمزاولة رياضات تسلق المرتفعات أو التزحلق على الجليد كما في سويسرا وايطاليا بصورة والايطالية وشواطئ ميامي في ولاية فلوريدا، واتلانتك سيتي في ولاية نيوجرسي بالولايات المتحدة الأمريكية إلى جانب بعض جزر البحر المتوسط ومتنجعات المكسيك والبرازيل وفنزويلا، خاصة وهناك المتنجعات البحرية التي تعتمد في تحديد مواقعها على توافر الشواطئ الرملية الواسعة كما في الريفيرا الفرنسية وتوجد متنجعات صحية وهي تتركز إما فوق المرتفعات البعيدة عن الضوضاء ومصادر التلوث التقليدية أو قرب عيون المياه المعدنية.

4- ظهور المخيمات السياحية منخفضة التكاليف في أوروبا وأمريكا الشمالية بصورة خاصة، والتي أدت إلى إقبال الطلاب والعمال وصغار الموظفين وأصحاب الدخول المحدودة على القيام بالرحلات السياحية. ولا يمكن إغفال دور البيوت المتنقلة القائمة على عجلات والتي تجرها السيارات caravans في زيادة إسهام أصحاب الدخول المتوسطة في الحركات السياحة بالعالم خلال القرن العشرين.

5- ظهور قرى الإجازات Holiday Villages ، أو ما يعرف في مصر بالقرى السياحية وهي منتجعات تمتلكها أو تديرها أو تشارك في إدارتها وتشغيلها شركات سياحية عالمية تتولى شؤون تسويقها سياحيا على مستوى العالم.

وتوجد مثل هذه القرى في فرنسا، وايطاليا، واليونان، واسبانيا، ومصر، وكرواتيا، والمغرب، والبرازيل، بالإضافة إلى العديد من الجزر التي تتمتع بخصائص طبيعية يصلح استغلالها سياحياً كجزر هاواي وجزر البحر الكاريبي، وبعض جزر اندونيسيا، وخاصة جزيرة بالي.

6- تزايد الأفواج السياحية المتجهة إلى الأقاليم التي تزخر بالآثار والمباني التاريخية والقصور المتميزة والمتاحف وغيرها من المزارات الثقافية كنتيجة لانتشار التعليم وارتفاع المستوى الثقافي لسكان عدد كبير من دول العالم، وهذا ما يفسر تزايد أعداد السياح المتجهين إلى دول مثل مصر، واليونان، وايطاليا، واسبانيا، وتركيا، والهند، والصين خلال القرن العشرين.


متحف بيتنا التلحمي

ونتج عن الخصائص، السابق الإشارة إليها، للسياحة في القرن العشرين الماضي ضخامة كل من عدد السائحين والدخل السياحي فبعد أن كان عدد السائحين في العالم لا يتجاوز 51.157 مليون نسمة خلال عامي 1955 – 1965 على الترتيب، بلغ حوالي 215 مليون سائح (نحو 5٪ من جملة سكان العالم) عام 1973، واستمر

في تزايده بعد ذلك حتى أصبح 362 مليون سائح (حوالي 7.5٪ من جملة سكان العالم، عام 1987 و500 مليون سائح (نحو 9.1٪ من جملة السكان العالم) عام 1993.

وبلغت قيمة الدخل السياحي العالمي في عام 1985 نحو 123.7 مليار دولار أمريكي بعد أن كان لا يتجاوز 28 مليار دولار أمريكي عام 1973، واستمر الدخل السياحي في التزايد حتى تجاوز 324 مليار دولار أمريكي عام 1993، لذلك تعد السياحة من اكبر عناصر التجارة الدولية واهم الصناعات العالمية التي تتألف من عنصر واحد غير مركب، وأسرع الصناعات نمواً، لذلك أطلق على القرن العشرين تعبير قرن السياحة **Tourism Century** .

ومازالت السياحة تتأثر بعوامل عديدة اقتصادية، ومالية، وتكنولوجية، كما تتبادل التأثيرات مع البيئة وعوامل التسوق والترويج، هذه العوامل تنعكس على هيكل السفر وتطوير المنتج السياحي (خربوطلي، 2002، ص 22). وفي بداية عقد الستينات من القرن العشرين الماضي بشكل خاص ظهر لأول مرة علم السياحة إلى الوجود بوصفه علماً مستقلاً متكاملاً معترفاً به، حيث تم إنشاء المدارس والمعاهد والجامعات المتخصصة بتدريس هذا العلم واستحدثت منظمات سياحية عالمية متعددة تشرف على النشاط السياحي في العالم على رأسها المنظمة السياحية العالمية **W.T.O** التابعة لهيئة الأمم المتحدة، وتم إصدار العديد من الأبحاث والكتب والنشرات السياحية.

- **التطور التاريخي للسياحة في فلسطين:**

سجلت السنوات الماضية زيادة ملحوظة في الاهتمام بالسياحة في مختلف مناطق العالم حتى أصبحت هذه الصناعة من أهم الموارد الاقتصادية في كثير من دول العالم خاصة النامية، حيث تدخل هذه الموارد في قائمة الصادرات غير المنظورة، فهي تعمل على نمو الدخل القومي، والتخفيض من عجز ميزان المدفوعات، وذلك عن طريق دخول العملات والاستثمارات الأجنبية كما تعمل على إيجاد فرص عمل جديدة،

وارتفاع مستوى معيشة الأفراد بالإضافة إلى الآثار الاجتماعية والثقافية التي يتبادلها السياح في تنقلاتهم مع شعوب البلدان السياحية (فليجة، 1999، ص 188).

لقد أصبحت الصناعة السياحية عاملا اقتصاديا حيويا وديناميا في العديد من الدول، خاصة مع هبوط حصة السوق السياحي التقليدي في أميركا وأوروبا إلى مناطق جذب سياحي جديدة، وقد سجلت منطقة الشرق الأوسط أعلى معدل للنمو السنوي للسياح القادمين بين أعوام 1995 – 1999 والتي بلغت نحو 9.5٪ تليها منطقة جنوب آسيا 7.7٪ ثم أفريقيا 7.5٪ (حماد 2003، ص 103).

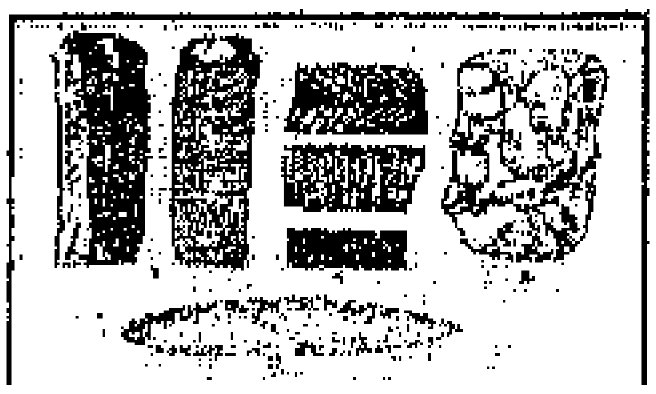
وتعتبر فلسطين، من البلدان النامية، ذات التاريخ السياحة العريق، فصناعة السياحة فيها قديمة، يمكن القول أنها المنطقة السياحية الأولى في التاريخ التي جذبت السياح والحجاج والزائرين منذ أقدم العصور حتى يومنا الحالي، إذ أن فلسطين تتميز بأهميتها السياحية، نظرا لموقعها الجغرافي المتميز، ومكانتها الروحية المقدسة لدى جميع الطوائف الدينية، وذلك رغم التقلبات السياسية الخطيرة التي تعرضت لها خلال العقود الماضية وما تمخض عنها من اعتداءات بشرية استعمارية كان هدفها السيطرة على هذه البقعة من العالم بهدف التحكم في عقدة المواصلات وجسور الاتصالات، متوسلة لذلك شتى الادعاءات ومنها الدين أحيانا تجنيا عليه ومجافاة للحقيقة، إلا أن الجميع ارتد من حيث آتي وبقى العرب أهل الأرض، أرض فلسطين مهبط الرسالات.

ولم تتوقف الحركة السياحية إلى فلسطين على مدار التاريخ رغم التقلبات والظروف الصعبة التي كانت تمر بها البلاد جراء غزو خارجي، أو اعتداء غاشم لئيم، فالحجاج كانوا يجدون وجهتهم إلى الأماكن المقدسة دون عناء، فكانوا يجدون من أهلها كل الترحاب مما أغرى الكثيرين منهم بالاستقرار في البلاد، ولم يساهم اليهود بدور فاعل في تاريخ الحركة السياحية في فلسطين كما يطيب لبعض المؤرخين والجغرافيين اليهود والأجانب أن يدعوا، بل لعبوا دوراً بارزاً في إثارة أجواء القلاقل والفتن

في بعض الأحيان، والتشويش على الحجاج المسلمين والمسيحيين القـادمين إلى الأرض المقدســة (حماد، 2003، ص 104).

أولا: السياحة في العصور القديمة

فلسطين بلد ذو تقاليد سياحية ضاربة في جذور التاريخ منذ القدم حتى ليمكننـا القول أن السياحة ولدت فيها، لأن أقدم شكل للسياحة في التـاريخ وهـو الحـج بـدأ في فلسطين هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، فان فلسطين مهوى أفئدة مـؤمني العـالم من أتباع الديانات السماوية الثلاث: المسيحية واليهودية والإسلام وهـي فـوق ذلـك مهد الحضارة البشرية ذاتها، فلقد استوطن الإنـسان في فلـسطين منـذ مئـة ألـف سـنة متجـولا يعـيش علـى الجمـع والالتقـاط، يـسكن الكهـوف والمغـارات بعـد اعتـدال مناخها على أثر الانحسار الجليدي، وعودته لخطوط العرض الحالية ومع الزمن أخذ في الاستقرار في مواقع محددة، فبدأ بزراعة النباتـات البريـة، وترويض الحيوانات وتدجينها وصـنع الآلات والأدوات المختلفة الحجرية لتساعده في الزراعة والحصاد والطحن


أدوات صوانيه تمثل الصناعة الكنعانية تعود للعصر البرونزي القديم

حتى وصل لمرحلة الاقتـصاد الإنتـاجي القـائم علـى الزراعـة والرعـي بعـد أن كـان مستهلكا في مرحلة الجمع والالتقاط (المبيض،1989، ص9). وبدأت مـسيرة الحـضارة في فلسطين حيث عمـــرت القرى

وأنشأت المدن ومنها مدينة أريحا التي تعتبر أولى مدن العالم، والتي تنتمي للعـصر النيوليثي Neolithic، الراجع للألف الثامنة قبـل المـيلاد، أو كمـا أوضـحت بعـض الدراسـات أنهـا تعود لحوالي 6800 ق.م. (المبيض، 1989، ص 9).

وعلى العموم يمكن القول أن السياحة والـسفر إلى فلـسطين عرفـت منـذ أقـدم العصور، فقد عرفت أسفار الاستجمام لدى الشعوب القديمة مثل الفينيقيين والمصريين القدماء، كما نشـط التجار في زمـن الدولة الفينيقيـة علـى الـسواحل الـشرقية للبحـر

المتوسط،وقد عرف عن التجار بأنهم تجار نشيطون، وكانوا يرحلون إلى مختلف الاتجاهات برا وبحرا يبيعون ويشترون جميع المنتجات التي كان يعرفها العالم آنذاك.

ومع إطلالة القرن العشرين قبل الميلاد كانت التجارة بين الشعبين العربي والكنعاني في فلسطين والمصري قد وصلت أوجهها مخترقة الطرق البرية والبحرية، فكانت تصدر الأقمشة المصنوعة ذات الألوان الأرجوانية المطرزة والزيتون وزيته والعسل والعنب والخمور والزفت الى مصر، في حين استوردوا من مصر الكتان والفراء وغير ذلك، حيث غمرت أسواق المدن الكنعانية في فلسطين من غزة وعسقلان جنوبا حتى أقصى المدن الشمالية (حسن، بدون تاريخ، ص 165- 266). وهكذا صنع الشعبان أول طريق تجاري في العالم مارا من شرق الدلتا باتجاه شمال سيناء بالقرب من ساحل البحر المتوسط حتى يصل لمدينة غزة متجهاً على طول السهل الساحلي الفلسطيني ومنها إلى سوريا وحتى العراق (طريق حورس فطريق البحر، ليتفرع منها طرقاً عدة فيما بعد تتواءم مع حجم التجارة الآخذة في الازدياد بالكم والكيف (المبيض، 1989، ص 9).

وقد شهدت الفترة العربية الكنعانية الفينيقية في فلسطين انفتاحا على الحضارات الأخرى حيث استطاعوا أن يساهموا في تقديم العون والخبرة الفنية والمعمارية وبناء السفن لهم عند ايلات (أم المرشرش) على البحر الأحمر أيام ملكهم حيرام 969-936 ق.م (المبيض، 1989، ص 16). ولا شك أن ذلك أعطى للعرب الكنعانيين من سكان فلسطين الفرصة لمشاهدة وتتبع حضارات المناطق المجاورة، وهذا يعد أحد أهداف السياحة في عصرنا الحالي.

ثانياً: السياحة في عصر الإغريق:

كانت فلسطين هدفا لزيارة الإغريق، خاصة من الرحالة الذين يمكن اعتبارهم روادا للسياحة الثقافية الحالية، وعلى رأسهم العالم "هيرودوت" الذي وصف الأراضي الواقعة ما بين أنيسوس "خان يونس" وبحرية سربونس "البرد ويل" بأنها شديدة الجفاف، حيث كانت تأتي لمصر أوان فخارية مملوءة بالنبيذ من بلاد اليونان وفينيقيا

وكان كل رئيس مقاطعة يرسل جميع الجرار الفخارية إلى منف حيث تفرغ، ثم يغلونها بالماء ويصدرونها للأقاليم الجافة في البلاد السورية (المبيض، 1978، ص 127).

ثالثاً: السياحة في العصر الروماني:

يشير عدد كبير من المؤرخين إلى أن الرومان هم من أول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل أوقات الفراغ بالسفر والترحال من أجل المتعة والسرور وقضاء أوقات طيبة، ويعزى ذلك الى ازدهار الحركة السياحية في العهد الروماني مع نمو الطبقة الوسطى وتوفر العملة، وكثرة الطرق البرية والممرات المائية الممتازة، وتوفر الأمان، وتحسن فهم اللغات، والتوسع في الألعاب الرياضية التي نسخت عما بدأه اليونانيون والتي يقوم بها الأسرى والعبيد، وكانت تسمى بالقتال حتى الموت Fight to death (مقابلة وديب، 2000، ص 22).

ففي عام 129 ميلادية الذي أصبح بداية للتقويم الغزي أو الهدرياني، نسبة إلى الحاكم الروماني هدريان حيث أقيم في غزة ألعاباً أولمبية ومهرجانات رياضية لألعاب القوى والملاكمة والمصارعة، قام بعرض الأسرى خلالها لتمزق الحيوانات أجسادهم أرباً أرباً (المبيض، 1987، ص 135).

ولما كان هدريان كارهاً للديانة اليهودية والمسيحية الوليدة، فقد اهتم ببناء الهياكل والمعابد الوثنية في مدينة غزة، فقد نشر في فلسطين مراكز خاصة لهذه العبادات وجعل مدينة غزة مدينة العبادات الوثنية هي وميناؤها انثيدون، ولعل هذا النوع من السياحة هو من أنماط السياحة الحديثة أو ما يعرف الآن بالسياحة الدينية. وانتشرت في مدينة غزة في عهد هدريان تجارة الرقيق. وفي سنة 134 م، أصبح فيها أسواقا لهم. ولا شك أن هذه الحركة التجارية المزدهرة تتيح للتاجر المتنقل الاطلاع على التقدم الواضح الذي طرأ على مدينة غزة التي تألقت في عهد هذا الحاكم، وأمتد الأمر إلى مجال المواصلات،حتى أصبحت شبكة المواصلات الرومانية بعد هدريان في فلسطين تامة وأخذت شكلها النهائي الذي يربط سواحلها بداخلها حتى دمشق (المبيض، 1987، ص137). وتواصلت في هذا العصر زيارات الرحالة إلى فلسطين ومنهم

استرابوا الذي يعتبر من الرحالة الذين زاروا في رحلاتهم كثيرا من البلدان المأهولة ومنها فلسطين.

واهتم استرابوا بالملامح الجغرافية، وأعجب إعجابا كبيرة بالبحر الميت، فقضى وقت طويلا إلى جواره، ولاحظ كثافته وانه يمنع المرء من أن يغطس، ويبقى إلى حدود الخصر، وقد لاحظ الينابيع الساخنة (سرحان، 1988، ص 91).

وكان من هؤلاء السياح والزوار سنوحي حيث ورد الحديث عن زيارة سنوحي إلى فلسطين في أوراق البردي المصرية. وقدم سنوحي وصفاً كاملاً عن أوضاع البلاد آنذاك، حيث وصفها بأنها البلاد التي تفيض لبنا وعسلا (سرحان، 1988، ص 90)

رابعاً: السياحة في فلسطين في العصور الوسطى:

في العصور الوسطى كان السفر محدوداً ويعود ذلك إلى عدم الاستقرار السياسي، وتقلص دور التجارة، والقصور في وسائل النقل ومحدودية وقت الفراغ. وكان السفر يمثل نوعا من المخاطرة والمشقة، وان كان مصطلح **Travel** يعود في نشأته إلى العصور الوسطى (عبد الحكيم والذيب، 1995، ص 26).

وعلى الرغم من هذه الصعوبات إلا أن الكنائس المسيحية كانت تشجع السفر إلى الأديرة المنتشرة لأجل نشر الدين المسيحي، وكان الرهبان يشجعون الناس على التوجه إلى الحج ففي القرن الرابع عشر أصبح الحج ظاهرة كبيرة وانتشرت شبكة من النزل الخيرية لتخدم كافة الطبقات الاجتماعية وكان المسيحيون في طريقهم إلى القدس يقومون بجولات اجتماعية واستجمام رغم دافعهم الديني للسفر.

وتوالت زيارات الزائرين والحجاج والزوار والمستشرقين من مختلف الأصقاع حيث كانوا يفدون لزيارة الأرض المقدسة ويكفي أن ندلل على ظاهرة الحج إلى القدس بان نقرأ في المصادر الأوروبية المعاصرة "أنه أصبح ظاهرة جماعية يخرج فيها آلاف المسيحيين من غرب أوروبا" ونشير في هذا الصدد إلى ما ذكره رودلف جلابر **Rutolph Glaber** وهو أحد الرحالة الأوربيين الذين زاروا القدس في العقد السابع من القرن الحادي عشر حيث قال: "إن جموعا لا تحصى كانت تأتي من جميع

أنحاء الدنيا إلى القدس، من قبل لم يكن من الممكن أن يصدق أحدا أن هذا المكان سيجذب هذا التجمع المدهش من الناس (النقر، 1999، ص 165).

وفي القرن الخامس عشر سجلت رحلة جماعية نظمت في فينيسيا إلى الأرض المقدسة أول شكل من أشكال "التسويق السياحي" حيث شملت الرحلة النقل والطعام والمبيت وركوب الحمير والرشوة الضرورية للمرور، وكانت مؤسسات الطعام السريع منتشرة على طول الطرق إلى الحج وبائعو الخبز والفواكه والسمك واللحم والكعك موجودين على جوانب تلك الطرق.

خامساً: السياحة في فترة الحروب الصليبية:

تأثرت السياحة إلى فلسطين في فترة الحروب الصليبية بالأحداث التي شهدتها الأراضي المقدسة، خاصة بعد سقوط بيت المقدس في أيدي الصليبيين سنة 1096م، ومارا فق ذلك من أعمال عنف ضد المسلمين كما تشهد على ذلك وثيقة Gesta Francorum التي اشترك صاحبها في هذه الحملة (عاشور، 1961، ص 460).

ولم تنقض سنوات طويلة على الصليبيين في الشرق حتى تغلبت المصالح التجارية على الغرض الصليبي، فأصبح لا هم للحجاج الذين يفدون تباعاً من غرب أوروبا إلى الأراضي المقدسة سوى مباشرة النشاط التجاري، والعودة إلى بلادهم محملين بالثروة والمتاجر (عاشور، 1961، ص 463).

وفي فترة الحروب الصليبية وفي عهد صلاح الدين ومن تلاه من أمراء المماليك تم الاهتمام بإحياء المواسم الشعبية، بهدف حشد قوى بشرية هائلة تكون جاهزة في فترات موسم الحج المسيحي إلى فلسطين، وبحيث تتوفر قوى محاربة ترافق قوات السلطان التي تتخوف من احتكاكات أثناء مواسم الحج. وبما أن الزيارة في الموسم تأخذ طابع الزيارة الجماعية لأعداد كبيرة من الشعب، فإنها تعتبر صورة من صور السياحة الداخلية التي تتكرر كل سنة، وتتحول إلى تقليد شعبي دائم. ومن أهم هذه المواسم، موسم النبي موسى في أريحا، والذي ينظر إليه البعض على أنه احتفال جماهيري، ورحلة سياحية، بحثاً عن المتعة ولممارسة شتى صنوف الترفيه مثل الإقامة

في البر والخلاء والمشاركة في الرقص وعروض الترفيه، وقد بلغ عدد الذين كانوا يشاركون في موسم النبي موسى في أريحا حوالي خمسة عشر ألف فلسطيني، وذلك في الربيع وعلى مدى ثمانية أيام، وكانت الخانات ذات أهمية خاصة باعتبارها مؤسسة عمرانية واقتصادية، فقد كان النشاط الاقتصادي والتجاري يجري ويتمركز في منشآت خاصة، تبنى خصيصاً للقيام بوظائف التجارة والخزن، وإجراء عمليات البيع والشراء وصك العقود التجارية، وتداول المال وكذلك الاستقبال، وإيواء المسافرين والرحالة، وقوافل التجارة والحج، بعضها يبنى داخل المدن، والبعض الآخر في أطراف مراكز العمران أو على طرق المواصلات بين المقاطعات والممالك القديمة. ويطلق على هذه المنشآت تسميات مختلفة منها الخان **Khan**، القيسارية **Kisariya**، الفندق **Funduq** الوكالة **Wakala**، وهي منشآت ذات هيئة معمارية خاصة بها، لكنها تقوم بوظائف متشابهة، وبدرجات متفاوتة (محمود، 1999، ص 180).

وكانت الخانات آنذاك، بمثابة فنادق العصر القديم مثل: خان الأقباط، وخان باب الخليل، وخان باب الزيت، والخان كلمة فارسية معناها مخزن البضائع، ثم أصبحت تعني الفندق داخل المدن أو خارجها على خطوط المواصلات القديمة (العسلي، 1983، ص 39).

إن أهمية فلسطين الحضارية والدينية، وقدسية أماكنها، جعلها مراكز حضارية وعمرانية مأهولة بالسكان، يؤمها الحجاج والسياح القادمون من بلدان العالمين المسيحي والإسلامي.

إلى ذلك، كان للأديرة ولازال دوراً مماثلاً للخانات إذ اعتبرت بمثابة مقار إقامة وبيوت للضيافة لاستقبال الحجاج والزائرين إلى الأرض المقدسة، وتقوم هذه الأماكن بتأمين المأكل وتوفير الهدوء لهؤلاء الحجاج. كما ساهمت الزوايا والتكايا في توفير المبيت للزوار المسلمين، وكانت منتشرة بصورة كبيرة في مناطق مختلفة من الضفة الغربية، وتعد وسيلة من وسائل الإقامة، ولا تتقاضى هذه الأماكن أي نقود مقابل استقبالها للزوار والسائحين، ومن أهم هذه المزارات زاوية المئذنة الحمراء، والزاوية

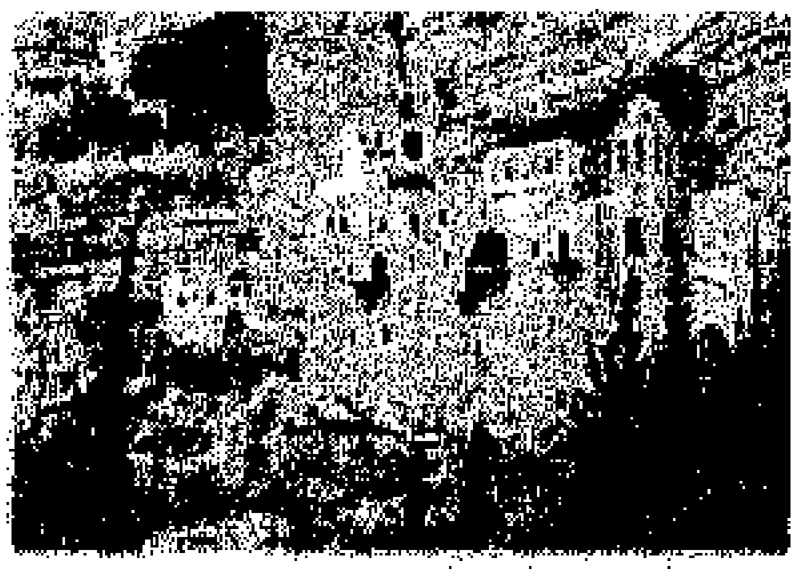
الأفغانية في القدس، والدرويشية في نابلس، وتكية سيدنا الخليل في الخليل (العسلي، 1982، ص 21).

سادساً: الحركة السياحية منذ نهاية حرب القرم:

وتطورت الحركة السياحية منذ نهاية حرب القرم، وهي حروب بين الدولة العثمانية وروسيا القيصرية، فكانت الاتحادات الطائفية التي أسست في العديد من البلدان الأوروبية تنظم أفواجاً للحجاج تتمتع بالرعاية الروحية، من مرسيليا منذ عام 1353م (صلاح الدين، 1996، ص 37-38).

سابعاً: حركة السياحة إلى فلسطين من 1850 إلى 1950:

منذ عام 1850م بدأت المؤسسات السياحية تهتم بأولئك المسافرين الذين لا يرغبون بالسفر وحدهم إلى فلسطين، وكان معظم السياح تقريباً ينزلون في الأديرة، أو في الأنزال (الهوسبسات) التي كانت ترعاها المؤسسات الدينية، ولذلك توفر بعض الأرقام عن أعداد السياح الذين زاروا الأرض المقدسة. ففي عام 1845م قدر عدد الزوار حوالي 5 آلاف سائح، وارتفع العدد عام 1858 إلى 9854 سائحاً في شهر شباط من السنة نفسها، وفي آذار من نفس السنة وصل العدد إلى 13475 سائحاً، وسجل الفرنسيسكان في السنوات من 1850-1859 حوالي 55763 سائحاً، وبلغ مجموع ليالي المبيت 229346 ليلة. ويلاحظ أن الأغلبية العظمى من هؤلاء السياح كانت من المسيحيين الأوروبيين الشرقيين، ومن مسيحيي الشرق وأكبر فصائلهم كانت من السياح الروس (صلاح الدين، 1996، ص 28).



اريحا- دير القديس جورج

وكان يزور فلسطين سنوياً حتى بداية القرن الحالي، ما معدله 20 ألف سائح أجنبي بالإضافة إلى آلاف الزوار العرب الذين كانوا يتوافدون على فلسطين، ولا سيما في شهر رمضان، وبعد عيد الأضحى، وفي أعياد الميلاد من كل عام، وكان عدد السياح الوافدين إلى فلسطين يتزايد سنوياً حتى وصل عدد السياح من غير العرب إلى

قرابة 30 ألف شخص في السنة قبل قيام الكيان الصهيوني عام 1948 على أرض فلسطين على أن هذه الأعداد كانت تتغير طبقاً للعوامل السياسية والأمنية في البلاد (الموسوعة الفلسطينية، 1996، ص 602).

وكانت مدينة يافا بوصفها ميناء فلسطين بشكل خاص، وأهم مكان للتجارة الخارجية حيث يفد السياح إليها، ولذلك بدأ بتحسين ميناء يافا، خاصة مع النمو السريع في شحن البضائع وتفريغها في الستينات والسبعينات من القرن التاسع عشر، ونمو حركة سفر الأشخاص التي قدرت في بداية الستينات حوالي 80 ألف مسافر، فكان لابد من بناء منشآت الميناء باستمرار، وقامت السلطات بتحسينات في المرفأ، ولكنها لم تكن كافية (صلاح الدين، 1996، ص 28-29).

وعلى العموم، فإن تطور الموانئ المنتشرة على الساحل الفلسطيني، وارتباطها بخطوط بحرية تتصل بموانئ أوروبا (المتوسطية والأطلسية) وموانئ أمريكا وجنوب شرق آسيا شجع قدوم السياح إلى فلسطين، هذا بالإضافة إلى ارتباط فلسطين بالخط الحديدي الحجازي (سابقاً) عن طريق حيفا ـ العفولة ـ درعا، ووجود شبكة من الخطوط الحديدية داخل فلسطين تصل إلى معظم الأماكن السياحية فيها، وارتباط المدن الفلسطينية بطرق برية جيدة، تمتد إلى الدول المجاورة، كل ذلك ساهم في تطوير السياحة في فلسطين منذ نهاية القرن التاسع عشر (الموسوعة الفلسطينية، 1996، ص 602).

وقد أقيمت في المدن الفلسطينية الكبرى قبل نهاية القرن التاسع عشر مجموعة كبيرة من الفنادق الجيدة لاستقبال السياح، وكانت تابعة إما لشركات أجنبية أو محلية وإما لشركات مشتركة، ففي مدينة القدس مثلاً: كانت الفنادق منتشرة انتشاراً واسعاً، لم تعرفه مدن المشرق الأخرى في ذلك الوقت، ومن أهمها: **Grand New Hotel**، **Lioyd Hotel**، **Hotel Metropol**، **Hotel Jerusalem**، وكانت معظم هذه الفنادق في شارع يافا، واشتهر أيضاً فندق الأردن في أريحا (الموسوعة الفلسطينية، 1984، ص 602).

وساهمت الكنائس والإرساليات الأجنبية، ولا سيما المسيحية، والأهالي في توفير الغرف لمبيت السياح، وقام بعض السكان أيضاً بتوفير الدواب لنقلهم

إلى المناطق الوعرة، التي لاتصل إليها العربات أو السيارات وإعداد القوارب لتمكينهم من القيام برحلات بحرية قصيرة، ولا سيما على سواحل البحر المتوسط، وفي بحيرة طبرية والبحر الميت (الموسوعة الفلسطينية، 1996، ص 602)، أما السياحة الداخلية التي لم يجر حصرها آنذاك، فكانت نشطة جداً، ولاسيما والخليل وبيت لحم، واقتصرت الإقامة في المصايف والمشاتي الفلسطينية على الطبقات الميسورة، وازدهرت حركة السياحة في فلسطين، مع بداية الانتداب البريطاني على فلسطين بسبب الموقع الجغرافي لفلسطين الذي يربط آسيا بأفريقيا، وأيضاً يربط بلاد المشرق العربي بمصر بالذات، إذ أن مصر كانت في تلك الفترة تحت الاحتلال البريطاني أيضاً، ولعب النقل البحري عبر ميناء يافا دوراً هاماً في قيام الحركة السياحية، الذي ساعد على الاتصال البحري مع العالم الخارجي، لأن البحر في ذلك الوقت كان هو وسيلة النقل المهمة بسبب ضعف حركة الطيران (صلاح الدين، 1996، ص 30)، وبعد اغتصاب فلسطين عام 1948، انخفض عدد الزائرين انخفاضاً حاداً بسبب قيام الحرب.

ثامناً: حركة السياحة إلى فلسطين بعد عام 1950:

لجأت دولة الكيان الصهيوني إلى مختلف الإجراءات والوسائل من أجل تطوير الحركة السياحية الدولة الكيان الصهيوني في فلسطينية، وذلك لإدراك حكومات الكيان الصهيوني المتعاقبة أن السياحة تدر على دولة الكيان الصهيوني في فلسطين دخلاً كبيراً من العملات الأجنبية مما يدعم اقتصادها بشكل فعال، بعد أن أصبحت السياحة ثاني أكبر مورد للعملات الأجنبية في دولة الكيان الصهيوني في فلسطين فضلاً عن ما يعرف بالسياحة السياسية.

وتشير الإحصائيات، إلى أنه حتى العام 1960 شكل اليهود من مختلف أنحاء العالم غالبية السياح الزائرين إلى دولة الكيان الصهيوني في فلسطين، حيث بلغ عدد السياح 100 ألف سائح، وتضاعف هذا العدد إلى ثلاثة أمثاله في السنوات الخمس اللاحقة، من العام نفسه علماً أن دافع هؤلاء السياح كان يختلف كل الاختلاف عن الدافع الذي يحرك السياح المعاصرين، فقد كانت هناك دوافع أكثر علمانية وراء

الزيارة، فالبعض يأتون لزيارة أسرهم وأصدقائهم الذين استوطنوا الأراضي الفلسطينية المغتصبة، والبعض الآخر، يأتي نتيجة الدعاية المكثفة التي كانت تبثها دولة الكيان الصهيوني في فلسطين حول أرض "السمن والعسل".

وفي المقابل، كان أحد نتائج قيام الدولة اليهودية على مساحة كبيرة من فلسطين التاريخية، توقف النمو الحضري في الأراضي التي لم تحتلها قوات الاحتلال الدولة الكيان الصهيوني في فلسطيني عام 1948، بعد النمو المدني الواسع الذي عرفته فلسطين خلال فترة الانتداب البريطاني، وتحديداً في مدن حيفا ويافا والقدس (إمام، د.ت، ص 336).

تاسعاً: حركة السياحة في الضفة الغربية وقطاع غزة بعد عام 1948:

- حركة السياحة في الضفة الغربية:

تطورت حركة السياحة إلى فلسطين المحتلة بصورة تدريجية، ففي عام 1951 زار فلسطين المحتلة 35895 سائحاً، وفي عام 1960 زار فلسطين المحتلة 113956 سائحاً، وارتفع عددهم في عام 1966 إلى قرابة 285 ألف سائح، وكان اليهود خلال تلك السنوات يشكلون حوالي 45٪ من مجموع السياح إلى فلسطين المحتلة (هلال، 1995، ص 145).

وفي المقابل، أصبح من الصعب حصر أعداد السياح القادمة إلى الضفة الغربية أو قطاع غزة، لأن إحصاءات السياح في الضفة الغربية أدخلت في إحصاءات الأردن، بعد ضمها إلى إمارة الأردن في العام 1949 وتشكيل المملكة الأردنية الهاشمية، ولذلك ارتفع عدد السياح القادمين إلى الأردن بصورة ملحوظة منذ العام 1950، حيث بلغ عدد السياح القادمين إلى الأردن في ذلك العام 8,647 سائحاً، مقابل 84892 سائحاً في العام 1955، و131699 سائحاً في العام 1960، بينما بلغ 501328 سائحاً في العام 1965، و616830 سائحاً في العام 1966. وقد بلغت نسبة السياح العرب خلال تلك الفترة أكثر من 50٪ من المجموع العام، باستثناء السنوات التي شهدت أحداثاً

سياسية، وقد قابل هذا الانخفاض في تلك السنوات ارتفاع في نسب السياح من الدول الأوروبية والأمريكية (صادق، 1978، ملحق رقم 1).

ويمكن تفسير هذه الزيادة المطردة للسياح العرب إلى الأردن إلى أن غالبية هؤلاء السياح كانوا يدخلون الأردن وهم في طريقهم لأداء مناسك الحج في السعودية وأثناء عودتهم منها، وزيارتهم للحرم القدسي الشريف، كذلك زيارة أعداد كبيرة من السياح العرب، خاصة من المسيحيين لزيارة كنيسة القيامة والأماكن المسيحية المقدسة الأخرى في القدس والضفة الغربية، إضافة إلى علاقات النسب والقرابة بين الأردنيين والشعوب العربية المجاورة، كما يمكن تفسير ظاهرة ارتفاع نسبة السياح الأوروبيين والأمريكيين القادمين إلى كون معظمهم يأتي لزيارة الأماكن المقدسة في الضفة الغربية، والأماكن المنتشرة في معظم أرجاء المملكة (صادق، 1978، ص 35). لقد حافظ الأردن في الفترة 1949-1967م على الأماكن المقدسة وشجعت الحكومة الأردنية على الاستثمار السياحي بموجب قانون رقم 17 لعام 1960، إذ بلغ عدد الفنادق المصنفة وأماكن النوم في الأردن 87 فندقاً ومكان نوم، منها 73 في الضفة الغربية وذلك في العام 1967 (صلاح الدين، 1996، ص 31).

كما بلغ مجموع الأدلاء السياحيين الذين تم ترخيصهم للعمل وفقاً لنظام أدلاء السياح ومراقبتهم رقم 48 لسنة 1966، بلغ 215 دليلاً، منهم 202 دليل في الضفة الغربية وثلاثة أدلاء في الضفة الشرقية من الأردن (سلطة السياحة الأردنية، 1968، ص 27).

وبعد أن أصبح نظام متاجر التحف الشرقية رقم 47 لسنة 1966 نافذ المفعول، قامت الوزارة خلال سنة 1967 بترخيص 161 متجراً للتحف الشرقية تطبيقاً لهذا النظام منها 150 متجراً في الضفة الغربية، و11 متجراً في الضفة الشرقية هذا عدا عن 20 مصنعاً للتحف الشرقية في مدن بيت لحم والقدس وبيت ساحور (سلطة السياحة الأردنية، 1968، ص 27)، فكل ذلك يدل على التطور الذي طرأ على قطاع السياحة في

الضفة الغربية التي كانت آنذاك جزءاً من المملكة الأردنية الهاشمية، وإن كان التطور ليس على المستوى المطلوب.

وقد أصيب قطاع السياحة بضربة كبيرة بعد حرب عام 1967، وسقوط باقي الأراضي العربية تحت الاحتلال، فلقد خسر هذا القطاع مورداً أساسياً من موارده بانقطاع السياح العرب عن زيارة فلسطين عامة، والحجاج المسلمين بشكل خاص والذين كانوا يفدون بأعداد كبيرة تصل أحياناً إلى عشرات الألوف سنوياً، لزيارة الأراضي المقدسة كجزء من أداء فريضة الحج، ولم يعوض هذا الجانب، ولم تتم محاولات لإيجاد البدائل، وتركت الأحداث التي مرت بها المنطقة في العام 1967 أثرها المباشر على السياحة في المملكة الأردنية الهاشمية التي كانت الضفة الغربية جزءاً منها آنذاك، حيث شهدت تراجع وانكماش الحركة السياحية، وانخفض عدد السياح القادمين إلى المملكة بنسبة بعد الحرب مباشرة، وانخفض معه الدخل السياحي الإجمالي بنسبة 61٪ للفترة ذاتها، مقارنة مع عام قبل الحرب (صادق، 1978، ص 40).

ويلاحظ أن الأحداث السياسية التي مرت بها المنطقة أرخت بظلالها على الحركة السياحية فيها، خاصة القادمة منها إلى الضفة الغربية.

أما بالنسبة لحجم الحركة السياحية إلى الضفة الغربية خلال نفس الفترة، والتي كانت خلالها الضفة الغربية جزءاً من المملكة الأردنية الهاشمية، فقد شهدت انخفاضاً واضحاً في الحركة السياحية، سيما وأن نسبة الانخفاض في الحركة السياحية إلى الأردن كانت معادلة لنسبة الانخفاض في المنطقة، فقد هبط عدد السياح القادمين من 616784 سائح في العام 1966 إلى 435633 سائح في العام 1967، أي بنسبة بلغت حوالي 31٪، وقع معظمها خلال الأشهر السبعة الأخيرة التي تلت العدوان الصهيوني الماكر على الأمة العربية، حيث بلغت نسبة الانخفاض 59٪، أما في الأشهر الخمسة، التي سبقت العدوان، فان نسبة الانخفاض كانت لا تتجاوز 4٪ فقط (سلطة السياحة الأردنية، 1968، ص 27).

- حركة السياحة إلى قطاع غزة زمن الإدارة المصرية:

أما في قطاع غزة، الذي خضع للإدارة المصرية، فقد تمتع بدرجة ما من الاستقلالية كمنطقة فلسطينية في إطار الإدارة المصرية، ولذا كانت تأثيرات السياسة الاقتصادية المصرية في الخمسينات والستينات على القطاع غير المباشرة، ووقع القطاع اقتصادياً تحت تأثير كبار أصحاب الأراضي وكبار التجار، وشجع عدم شمول القطاع للقيود المفروضة في مصر على تبديل العملة والتجارة الخارجية إلى تحويل القطاع كمصدر للسلع الكمالية إلى مصر، كذلك ساعد وجود سوق حرة في ميناء غزة آنذاك، إلى تحويله إلى سوق لأعداد متزايدة من السائحين المصريين (هلال، 1995، ص 146).

ولم تتوفر إحصائيات دقيقة حول الحركة السياحية في قطاع غزة في ظل الإدارة المصرية، وكانت هناك حركة سياحية داخلية نشطة نسبياً في داخل القطاع.

عاشراً: حركة السياحة في الضفة الغربية وقطاع غزة بعد عام 1967 تحت الإسرائيلي:

أدى وقوع الضفة الغربية وقطاع غزة تحت الاحتلال الإسرائيلي في الخامس من حزيران عام 1967، إلى اضطراب الأمن فيها، ويلاحظ أنه في سنوات الاحتلال لم يطرأ أي تغيير يذكر على البنية السياحية في الضفة الغربية وقطاع غزة، بل شهدت تراجعاً ملموساً أثر بصورة واضحة على النشاط السياحي في منطقة الضفة الغربية وقطاع غزة.

وقادت الإجراءات الإسرائيلية في الأراضي الفلسطينية إلى حالة من الركود السياحي، فقد انخفضت عدد الفنادق في الضفة الغربية على سبيل المثال من 59 فندقاً سنة 1964 منها 40 فندقاً في القدس إلى 52 فندقاً سنة 1985، منها 36 فندقاً في القدس، وانخفض عدد الفنادق في الضفة الغربية، بدون القدس، من 29 فندقاً في سنة 1970 إلى 16 فندقاً في سنة 1984. وعلى صعيد النزلاء انخفض عدد نزلاء فنادق الضفة الغربية، بدون القدس، ـ في سنة 1984، عما كان عليه سنة 1968 بنسبة 48.6٪، كما انخفضت نسبة حجز الأسرة في فنادق الضفة الغربية - بدون

القدس ـ في سنة 1984، عما كانت عليه سنة 1968 بنسبة 34.7٪. وارتفعت وتيرة السياحة إلى الأراضي المقدسة بعد انتهاء الأعمال الحربية في العام 1967، فخلال الفترة من أيلول 1967 وحتى أيلول 1968 وفد إلى الكيان الصهيوني 400 ألف سائح، كانت نسبة اليهود بينهم 53٪ والمسيحيين 38٪، إضافة إلى سياح من ملل أخرى (الزبيدي، 1988، ص 162).

ولجأت سلطات الاحتلال إلى مختلف الإجراءات والوسائل من أجل تدمير الحركة السياحية الفلسطينية وجعلها تابعة لحركة السياحة الدولة الكيان الصهيوني في فلسطينية، وذلك لإدراك الحكومات الدولة الكيان الصهيوني في فلسطينية المتعاقبة أن السياحة تدر على دولة الكيان الصهيوني في فلسطين دخلاً كبيراً من العملات الأجنبية ثاني أكبر مورد للعملات الأجنبية في دولة الكيان الصهيوني في فلسطين (سعادة، 1988، ص 76).

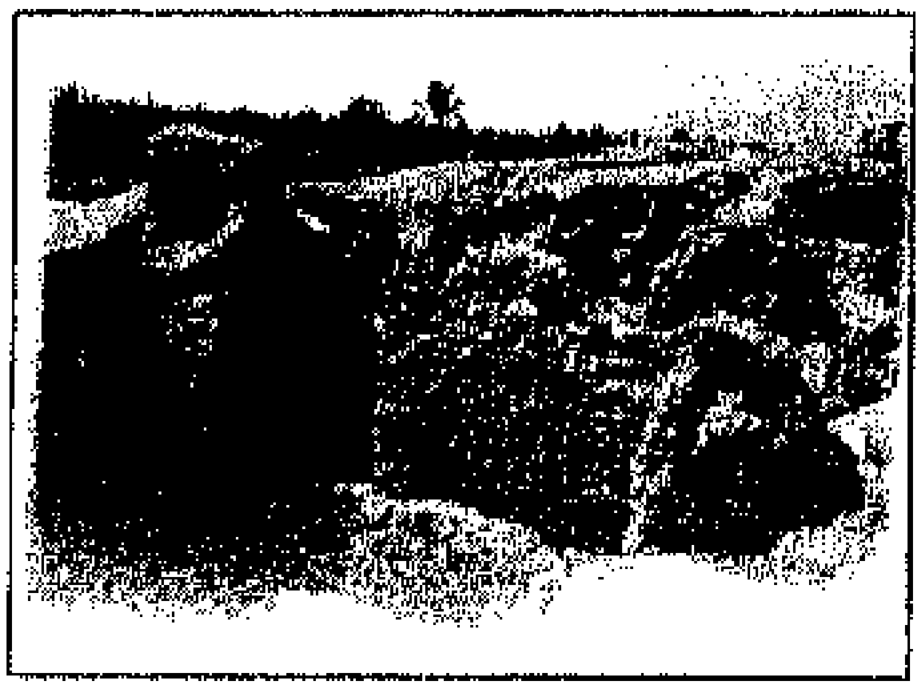
ويلاحظ تذبذب أعداد السياح القادمين إلى فلسطين في ظل الاحتلال الدولة الكيان الصهيوني في فلسطيني، وذلك جراء الظروف السياسية غير المستقرة التي سادت المنطقة منذ وقوعها تحت الاحتلال الدولة الكيان الصهيوني في فلسطيني عام 1967، والظروف الأمنية التي طرأت.

وهكذا نلاحظ أن حرب 1982 أدت إلى انخفاض أعداد السياح القادمين إلى فلسطين، وكذلك بعد انطلاق الانتفاضة الأولى سنة 1987، حيث تشير التقارير الفلسطينية إلى انخفاض عدد الفنادق العاملة في الضفة الغربية، باستثناء القدس إلى ستة فنادق في العام 1990 مقابل 29 فندقاً في العام 1970، والى 34 فندقاً في شرقي القدس خلال نفس الفترة، مقابل 70 فندقاً في الضفة الغربية، بما فيها القدس الشريف في العام 1969، كذلك الحال في قطاع غزة حيث تم إغلاق 4 فنادق منذ العام 1969، وحتى العام 1990، ليبقى منها فندقين فقط مع نهاية عام 1990. إن هذه الأرقام تعطي مؤشرات مستقبلية حول الزيادة المتوقعة للسياح إلى فلسطين عامة،

والضفة الغربية على وجه الخصوص، في حالة حدوث استقرار سياسي وأمني في المنطقة (حماد، 2003، ص 239).

الحادي عشر: حركة السياحة في الضفة الغربية وقطاع غزة بعد عام 1993/ 1994:

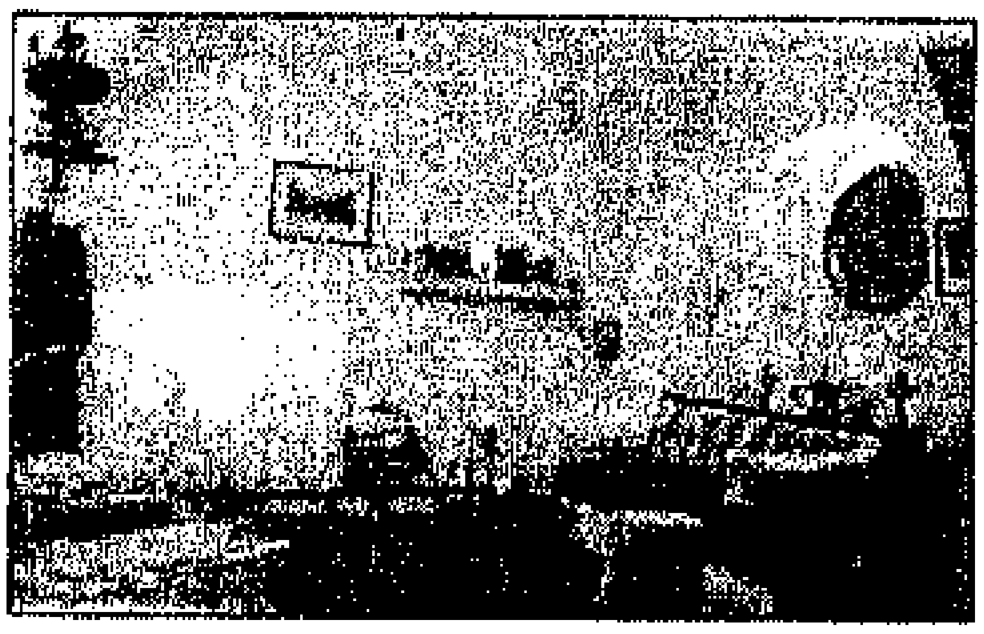
مع بدأ عملية السلام في الشرق الأوسط في العام 1991، بدأت النقلة النوعية في مجيء السياح إلى الأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة، حيث فاق عدد السياح الذين أموا كنيسة المهد في بيت لحم عام 1995، المليون سائح، علماً أن 10٪ من هذا العدد من السياح يزورون الخليل، وأن 300 ألف يؤمون المواقع الأثرية في أريحا.



أريحا / تل السلطان / بقايا جدران البيوت القديمة

وقد بلغت العوائد الكلية للقطاع السياحي في الضفة والقطاع باستثناء القدس الشرقية في العام 1995 حوالي 26 مليون دولار، مقارنة مع 155 مليون في القدس الشرقية، و2930 مليون دولار في دولة الكيان الصهيوني في فلسطين (الخواجا، 1997، ص 63) وتبذل السلطة الفلسطينية جهوداً حثيثة لدعم وتنشيط صناعة السياحة في الضفة الغربية، ومختلف الأراضي الفلسطينية، وذلك من خلال تقديم التسهيلات للمستثمرين في المشاريع السياحية المختلفة،

صورة لقاعة استقبال في احد الفنادق الفلسطينية



صورة لإحدى الغرف في احد الفنادق الفلسطينية

بما في ذلك، إقامة فنادق جديدة، فقد ارتفع عدد الفنادق السياحية عام 2000 في الأراضي الفلسطينية إلى 106 فنادق، يتوفر فيها 4708 غرفة متاحة، وتضم 10063 سريراً متاحاً. كما بلغ إجمالي عدد ليالي المبيت 1,016,683 ليلة في جميع الفنادق العاملة في الأراضي الفلسطينية، منها 48,241 ليلة في قطاع غزة، كما بلغ مجموع النزلاء حسب جنسية السياح خلال العام 2000 أيضاً 335711 نزيلاً. وقد عملت حسب اتفاقية أوسلو السلطة الفلسطينية على الترخيص للكثير من المكاتب السياحية حتى بلغ عدد وكالات السياحة والسفر 92 مكتباً في الضفة الغربية وقطاع غزة، يوجد من بينهما 32 مكتباً سياحياً في قطاع غزة (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2001، ص 19)، وبالرغم من إقامة وزارة للسياحة والآثار للعناية بالشؤون السياحية في فلسطين، إلا أن دورها مازال محدوداً، وذلك بسبب محدودية الإمكانيات، والنقص الشديد في عدد الموظفين المؤهلين العاملين لدى الوزارة، وضعف قدراتهم الإبداعية.وهكذا نجد أن فلسطين كانت منذ القدم ومازالت قبلة للسياح والحجاج والزائرين من مختلف الأصقاع والأجناس والملل، ولاشك أن ازدهار الحركة السياحية وتطورها مرهون بالاستقرار السياسي وزوال الاحتلال من المنطقة، وإقامة الدولة الفلسطينية المستقلة وعاصمتها القدس الشريف على كامل فلسطين، وتعزيز التعاون الإقليمي في المجال السياحي، مع الدول المجاورة، خاصة مصر والأردن ولبنان.

الفصل الثالث
أنواع وأنماط السياحة

الوراق للنشر والتوزيع
www.alwaraq-pub.com

أنواع وأنماط السياحة

تتعدد أنواع السياحة وفقا للدوافع والاحتياجات المختلفة التي يسعى الفرد – السائح – إلى إشباعها أي تبعا للدوافع والرغبات المختلفة التي تكمن خلفها وتحركها والاحتياجات التي تشبعها.

وللسياحة دوافع مختلفة ،منها الاستجمام والمتعة وطلب الراحة وحب المعرفة والثقافة والعلاج، والرياضة وزيارة الأماكن المقدسة، وحضور المؤتمرات العلمية .. الخ. هذا يعني أن للسياحة أنواع متعددة أيضا قد تبدو منفصلة من الناحية النظرية، إلا أنها متداخلة من الناحية العملية إلى حد كبير. وتتخذ السياحة العديد من الأشكال والأنماط وفقا لدوافعها ومدى احتياج الفرد إليها، أي أن أشكال السياحة تتعدد تبعاً لمعيار الهدف، وهو أمر طبيعي يتفق ورغبات السياح وإمكاناتهم المادية، ومستوياتهم الثقافية، وخصائصهم الصحية والعملية (عز الدين وعاشور، 2005، ص 51). ولقد صنف العديد من المهتمين بمجال السياحة أشكال وأنماط السياحة لعدة معايير أهمها:

أولا : عدد الأشخاص المسافرين:

يمكن تصنيف السياحة إلى نوعين طبقا لعدد هؤلاء الأشخاص المسافرين وهما: السياحة الفردية: وهي التي تتضمن سفر شخص واحد أو اثنين أو عائلة (حجاب، 2003، ص 47)، وفي هذه الحالة يقوم السائح بتنظيم الرحلة وفقا لظروفه الشخصية والعائلية وتبعا لظروف عمله وقدرته المالية ووفقا لاحتياجاته ودوافعه.

أ. السياحة الجماعية: وتتمثل في سفر مجموعة من الأشخاص تجمعهم رابطة واحدة مثل مجموعات النادي أو الجامعة أو المدرسة أو النقابة أو الشركة أو وكالة السفر، ويطلق على هذا النوع من السياحة اسم السياحة الشاملة ، إذ تعني مشاركة عدد كبير من الأفراد في السياحة، وهي سمة تميز حركة السياحة الدولية في الدول المتقدمة في الوقت الراهن، وتتضمن الشمول في النقل وربما بعض الخدمات الأخرى وجميعها يقدم في نظام خاص وبسعر الجملة. وتعتبر الرحلات البحرية

إحدى أشكال السياحة الشاملة وهذا الشكل يشمل عنصري المواصلات والضيافة معا، وقد صممت له في السنوات الأخيرة سفن صغيرة الحجم، صممت لمثل هذه الرحلات وهي أسطح لاستيعاب المزيد من المقاعد المكشوفة (حجاب، 2003، ص 47-48).

ثانيا : وسيلة الانتقال المستخدمة في السفر:

وتتمثل في وسائل الانتقال المختلفة برية وبحرية وجوية وعلى ضوئها يتم تصنيف السياحة إلى الأنواع التالية:

1- السياحة الجوية: وهذا النوع من السياحة يمثل 65٪ تقريباً من السياحة الدولية، حيث يفضل السائحون وسائل النقل الجوي لأنها توفر لهم الراحة والوقت في السفر .

2- السياحة البرية: وهي ذلك النوع من السياحة الذي يستخدم السيارات أو الأتوبيسات أو السكك الحديدة في التنقل ويعد النقل البري الوسيلة الرئيسية للسياحة الداخلية.

3- السياحة البحرية والنهرية: وهي تلك السياحة التي تستخدم السفن واليخوت في السفر، وتعد السياحة البحرية نوعاً من السياحة الدولية، أما السياحة النهرية فهي عادة تعد نوعاً من السياحة الداخلية.

ثالثا : السن والجنس :

تقسم السياحة وفقا لمتغير الجنس إلى سياحة الرجال وسياحة النساء، كما يمكن تصنيفها وفقا لمتغير السن إلى الأنواع التالية:

أ. سياحة الطلائع: تتعلق هذه السياحة وترتبط بالأطفال من عمر 7 سنوات إلى 14 سنة وهي مرحلة تعليمية يتم خلالها إكساب الطفل مجموعة من المعارف والمهارات والسلوكيات اللازمة، ولهذا تنجح برامج السياحة التي تأخذ شكل معسكرات صيفية تعليمية أو تثقيفية وسلوكية مثل معسكرات الكمبيوتر والكشافة، معسكرات استكشاف الطبيعة (حجاب، 203، ص 48).

ب. سياحة الشباب: وهي السياحة التي يقوم بها الأفراد من سن 15-30 عاماً، وتتسم بالبحث عن الإثارة والحياة الاجتماعية، وتكوين المعارف والصداقات، وخلق الروابط الاجتماعية (حجاب، 203، ص 48)، وغالبا ما يتم استخدام بيوت الشباب والمعسكرات والقرى السياحية للإقامة فيها.

ج.سياحة متوسطي العمر: وهي ذلك النوع من السياحة الذي يقوم به الأفراد من سن ما بعد 30 إلى 60 عاماً، وغالبا ما يفضل هؤلاء السفر إلى الأماكن أو المناطق التي تتميز بالهدوء بغرض الترويح والاستجمام من عناء العمل، لذلك يرتبط البرنامج بسياحة الشواطئ والصحاري والجبال والأرياف وغير ذلك من مناطق الاستجمام والراحة والاسترخاء.

سياحة كبار السن أو المتقاعدين: وهي تلك السياحة التي يقبل عليها الأفراد ممن تجاوزت أعمارهم على الستين عاما وسن التقاعد عن العمل، وهي أكثر أنواع السياحة التقليدية انتعاشا، ويتسم هذا النوع من السياحة بالهدوء وتوفير الراحة لهؤلاء الأشخاص من كبار السن وتتضمن برامج تأهيلية وتعويضية أو برامج ترفيهية متطورة (حجاب، 203، ص 49).

رابعاً: مستوى الإنفاق:

وتقسم السياحة وفقا لهذا المعيار المستويين إلى ثلاثة أنواع على النحو التالي:

1- سياحة ذوي الدخل المحدود "الفقراء": وتقوم هذه السياحة على المشاركة من جانب الأفراد ذوي الدخل المحدود في وسائل محددة وبالأساليب التي تشجع على المشاركة وتجعلها ممكنة، حيث لا يمكن تحمل كلفة النفقات المرتفعة للسفر والإقامة، لذا فان هذا النوع من السياحة يعبر عن السياحة الجماعية المدعومة من قبل الدولة، أو التي يتم الاشتراك في رحلاتها بإتباع نظام تقسيط الرحلة على عدة أقسام، أو من خلال الاشتراك في صندوق "الادخار السياحي" المعمول به في بعض الدول، فأساس هذه السياحة الإعانات والمساعدات والتسهيلات الخاصة، المقدمة

من الحكومة أو اتحادات العمال والفعاليات الأخرى أو الإسهامات ذات الصفة التعاونية.

2- سياحة الطبقة المتميزة: وترتبط بالأفراد القادرين على السفر والإقامة في الفنادق ذات الدرجات الممتازة ومقاعد الدرجة الأولى في الطائرات، وغير ذلك.

3- سياحة الأغنياء: وهي ذلك النوع من السياحة المرتبطة بالأثرياء وأصحاب الملايين والأسر أو العائلات الثرية ممن تسمح لهم إمكاناتهم المادية بالسفر بوسائلهم الخاصة مثل السفر بطائراتهم أو بيخوتهم الخاصة والإقامة في الأماكن الخاصة التي تتميز بالفخامة.

خامسا : الموقع الجغرافي:

ويعتبر أحد المتغيرات التي يتم في ضوئها تحديد أشكال أو أنماط السياحة، ويمكن تقسيم السياحة وفقا للموقع الجغرافي إلى الأنواع التالية:

1- **السياحة الداخلية:** وهي ذلك النوع من السياحة المتمثلة في انتقال وإقامة مواطني الدولة داخل حدود دولتهم، وذلك مع مراعاة قطع المسافر (40) كم على الأقل أو (100كم) وفقا للرأي السائد في أوروبا، وقضاء ليلة على الأقل في المكان الذي يقوم بزيارته وليس بغرض العمل. ولكن مما تجدر الإشارة إليه هو أن هذه السياحة لا تعني أية زيادة إلى الدخل القومي للدولة، وذلك بعكس السياحة الخارجية (عبد الوهاب، 1975، ص 59).

2- **السياحة الإقليمية:** وهي تلك السياحة التي يقوم الفرد من خلالها بالسفر والتنقل بين الدول المجاورة لموطنه، والتي تعد وتمثل منطقة سياحية واحدة، وذلك كالسفر والإقامة في الدول العربية أو الدول الأفريقية أو دول حوض البحر المتوسط أو دول شرق آسيا أو دول غرب أو شرق أوروبا.

3- **السياحة الدولية:** وهي تمثل حركة انتقال الأفراد عبر حدود الدول المختلفة والإقامة المؤقتة بها، وذلك بدافع السياحة. وفي هذا النمط من السياحة يسافر

الناس إلى دولة أخرى، لها نظام سياسي واقتصادي واجتماعي خاص بها يختلف عن أنظمة دولتهم التي اعتادوا الحياة فيها (دندراوي، بدون تاريخ، ص 71).

سادسا : طبيعة الموسم السياحي:

يقصد بالموسم السياحي الفترة التي تشهد تدفق السياح، وازدهار الأنشطة السياحية والخدمات القائمة عليها، والتي تتباين بين دول وأقاليم العالم من حيث المكان والزمان، وتبعا لطبيعة العرض السياحي وخصائصه، فقد يكون هذا العرض على طول مدار العام كالسياحة الثقافية والعلاجية وبعض الأنماط السياحية الدينية، وقد يكون خلال فترة محددة من السنة لتوافر خصائص مناخية معينة، أو تبعا لأحداث أو مناسبات (الأفندي، بدون تاريخ، ص 20)، أو لتتفق مع مهرجانات ومسابقات الصيد مثلا، أو مع مناسبات خاصة قد تكون أعياد جلوس الملوك أو أعياد ميلادهم، أو أسواق أو مهرجانات فنية أو ثقافية أو رياضية، أو المعارض المرتبطة بمواعيد محددة خلال العام (عز الدين وعاشور، 2005، ص 52).

وبناء على ما سبق يمكن تصنيف السياحة تبعا لمعيار طبيعة الموسم إلى ثلاثة أنماط رئيسية هي:

1. **سياحة المناسبات:** وهي السياحة التي تهدف إلى مشاهدة مناسبات محددة أو المشاركة فيها، وهي قد تكون ذات طابع فني مثل المهرجانات الموسيقية أو السينمائية أو الفلكلورية أو معارض فنية، وقد تكون ذات طابع ديني، أو سياسي أو اقتصادي أو ثقافي أو ترويحي. ويمثل إطار هذا النمط من السياحة في رقعة محددة من الأرض، حيث تنشط حركة السياحة خلال مواعيد معينة من السنة (الأفندي، بدون تاريخ، ص 20)، بغض النظر عن عامل المناخ .
2. **السياحة الصيفية:** تنشط صناعة السياحة في أماكن متعددة من العالم خلال فصل الصيف الذي يمتد بين شهري مارس و أوائل نوفمبر في نصف الكرة الشمالي، وبين شهري سبتمبر ويونيو في نصف الكرة الجنوبي (الأفندي، بدون تاريخ، ص 21). ومن أشهر المناطق العالمية في هذا المجال منطقة حوض البحر المتوسط وبالذات

السواحل الشمالية منه، ويتحقق موسم الذروة في هذا الإقليم في شهري تموز وآب. وتستحوذ السياحة الصيفية على أهمية كبيرة من السياحة العالمية تصل تقريبا إلى 70٪، وتعد فرنسا وأسبانيا وايطاليا من أهم المواقع للسياحة الصيفية في العالم.

وهناك مجموعة من العوامل التي تكمن وراء زيادة الطلب السياحي في الصيف وهي: الظروف المناخية الملائمة والتي تتوفر في شهري تموز وآب في منطقة البحر المتوسط، حيث يمتاز المناخ الملائم للسياحة بالمواصفات الأربعة التالية: معتدل الحرارة، ومشمس، ونقي، وجاف. وهذه المواصفات المناخية تساعد الإنسان على مزاولة العديد من الأنشطة السياحة بالذات على الشواطئ .

- توفر عامل وقت الفراغ: فقد اعتادت التشريعات المختلفة لشعوب العالم أن تمنح الإجازات المدفوعة الطويلة في فصل الصيف من أجل استثمارها بأنشطة سياحية.
- طول ساعات النهار: ففي فصل الصيف تصل ساعات النهار في منطقة البحر المتوسط إلى اكبر من 16 ساعة باليوم، مما يساعد على مزاولة الأنشطة السياحية المختلفة.

وترتبط السياحة الصيفية بالاستجمام والسياحة على الشواطئ وممارسة أنشطة رياضية مثل: التزحلق على الماء، وركوب الزوارق والزوارق الشراعية، والرحلات البحرية إلى الجزر القريبة، والطائرات الشراعية والبالونات، وركوب الخيل، والصيد، والغوص، والتصوير تحت الماء .. الخ، إلا انه تعتبر نوعية السائح في السياحة الصيفية أقل مستوى من نوعية السائح في باقي فصول السنة. ويرافق هذا النمط السياحي اختناقات مرورية وضغطاً كبيراً على وسائل النقل والإيواء، وكنتيجة لذلك ترتفع أسعار الخدمات السياحية.

وعلى اعتبار إن هذا النمط من السياحة يرتبط بالشمس والمسطحات المائية فهو يصنف بالآتي:

- التوزيع الجغرافي الواسع لمنشآتها السياحية

- انخفاض تكلفتها مما يؤدي إلى مشاركة أصحاب الدخول المحدودة فيها بأعداد كبيرة.
- تباين فئات السن المشتركة في هذا النمط من السياحة حيث تضم فئات السن الصغيرة إلى جانب فئات السن المتوسط والكبيرة التي تشكل غالبية سياح فئة الشتاء(*). وعلى العموم فإن سياح الصيف يشكلون الجزء الأكبر من جملة السائحين في العالم، تبعا لطبيعة الموسم السياحي.

3. السياحة الشتوية:

يتم هذا النوع من السياحة مع نهاية نوفمبر وأوائل مارس في دول وأقاليم نصف الكرة الشمالي وبين أواخر يونيو وأوائل سبتمبر في دول وأقاليم نصف الكرة الجنوبي.

ويرتبط هذا النمط من السياحة بخصائص عناصر المناخ وتباينها، وخاصة درجة الحرارة خلال فصول السنة، لذلك فهي تتراوح بين سياحة الشمس (حيث المناخ الدافئ وسياحة الثلوج (حيث المشاتي الجبلية) وكلاهما ترتكز على صفة سياحية واحدة وهي المشاتي، ويتحقق نمط سياحة الاستمتاع بدفء الشمس في منطقة حوض الكاريبي في أشهر الشتاء، وتحتل هذه المنطقة المرتبة الثانية من حيث الأهمية السياحية بعد منطقة البحر المتوسط.

ومن أشهر البلدان السياحية في هذه المنطقة ولاية فلوريدا الأمريكية وكوبا، وبرمودا، والمكسيك وجامايكا، وبنما، وغيرها من الجزر المتعددة في البحر الكاريبي، حيث يتوفر في هذه المنطقة ظروف مناخية ملائمة للأنشطة السياحية في فصل الشتاء، إذ أن توفر الشمس فيها يوفر الدفء للسياح القادمين من مناطق باردة، وبالذات من كندا وشمال الولايات المتحدة.

(*) الرغم من أن فئات السن المختلفة تشترك في هذا النمط من السياحة إلا أن الشباب يشكلون نسبة كبيرة من المشاركين في هذا النمط.

أما سياحة التزحلق على الجليد (سياحة الجليد) فتتم أيضا في موسم الشتاء، وأهم مناطقها هي سلسلة جبال الألب في أوروبا، وبالذات سويسرا وايطاليا ويوغسلافيا (سابقا) حيث تتوافد الأفواج السياحية للمشاركة بفعاليات التزحلق على الجليد. ومما يزيد من أهمية هذا النمط السياحي أنه يتزامن مع عطلة أعياد الميلاد ورأس السنة الميلادي التي تصل إلى فترة الشهر في النصف الثاني من كانون الأول والنصف الأول من كانون الثاني. ويتسم معظم ممارسي السياحة الشتوية بارتفاع مستويات دخولهم، وبارتفاع نسبة فئات السن الكبيرة والمتوسطة بينهم، الذين يشكلون نسبة محدودة إلى حد ما من جملة أعداد السياح في العالم تبعا لطبيعة الموسم السياحي (الأفندي، بدون تاريخ، ص 21).

سابعا : معيار التأثير على ميزان المدفوعات:

يتم التمييز بين أنواع السياحة طبقا لمدى تأثيرها على ميزان المدفوعات وبموجب ذلك تقسم السياحة إلى:

1- السياحة الايجابية: ويقصد بها سياحة الاستضافة أو سياحة الدخول، أي دخول السياح الأجانب من الجنسيات المختلفة لقطر ما، ويتحقق جراء ذلك العائد السياحي والذي يقوم بدعم ميزان المدفوعات، وهذا يعني أن تأثير هذا النمط من السياحة سيكون ايجابياً على ميزان المدفوعات.

2- السياحة السلبية: ويقصد بها سياحة المغادرة أو سياحة الخروج، أي خروج السياح المواطنين إلى البلدان المختلفة، ويتحقق جراء ذلك إنفاق سياحي يشكل عبئا على ميزان المدفوعات، وهذا يعني أن تأثير هذا النمط السياحي سيكون سلبياً على ميزان المدفوعات، ويبقى تأثير السياحة دائما "تأثيرا ايجابيا" بالمفهوم الواسع، أما بالمفهوم المادي فممكن أن يكون لها تأثيراً سلبياً .

ثامناً: معيار القيود الإدارية:

ويعتمد هذا المعيار على مدى حرية السائح من خلال التشريعات والقيود المحلية والعالمية على حركة السياح، وبموجب ذلك تنقسم السياحة إلى نوعين:

1- السياحة الحرة: وتعني أن السائح يتمتع بحرية مطلقة من دون أن يكون خاضعا للقوانين الوضعية.

2- السياحة المقيدة: وتسمى أيضاً السياحة الموجهة، وتعني أن حركة السياحة المحلية والعالمية تكون محكومة بمجموعة كبيرة من التشريعات والقوانين التي تقيد من حرية السائح، ويستهدف من هذه التشريعات حماية البلد والمحافظة على أمنه، بالإضافة إلى أهداف سياسية واقتصادية أخرى.

تاسعا : معيار الهدف من السياحة:

تتعدد أنماط السياحة تبعا لمعيار الهدف، وهو أمر طبيعي يتفق ورغبات السياح وإمكاناتهم المادية ومستوياتهم الثقافية وخصائصهم الصحية والعملية ولذلك تضم السياحة تبعا لهذا المعيار الأنواع التالية:

- **السياحة الترفيهية:**

ويعتبر هذا النوع من أقدم الأنماط السياحية التي عرفها العالم، ويقصد بالسياحة الترفيهية استثمار أوقات الفراغ بعيدا عن العمل ومسئولياته في السياحة من أجل المتعة والراحة، فالسياحة الترفيهية كما يعرفها بعض المتخصصين هي:" تغير مكان الإقامة لفترة أكثر من يوم واحد لغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس، وليس لغرض آخر". وتعتبر بعض دول حوض البحر المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية لما تتمتع به من مقومات كثيرة كمناطق للترويح والاستجمام والاصطياف. وتتحقق السياحة الترويحية من خلال تحقيق أكبر قدر ممكن من المتعة والترويح عن النفس التي قد لا تتوفر في مكان الإقامة الدائمة حيث يلجأ السياح في هذه الحالة إلى الأقاليم ذات المناظر الطبيعية أو إلى النطاقات الهادئة البعيدة عن الضوضاء ومصادر التلوث المختلفة أو إلى المواقع ذات المناخات المعتدل، مثل زيارة البحيرات والجبال

والشواطئ . وتشير بعض الدراسات إلى أن السياحة الترفيهية تسير بمعدل أسرع من الأنواع الأخرى في كثير من دول العالم السياحية، حيث تمثل جزءا ثابتا من العرض السياحي العالمي. ففي الولايات المتحدة الأمريكية بلغت نسبة المسافرين سنويا منها بغرض السياحة الترفيهية 80٪، كذلك بلغت نسبة المسافرين من المملكة المتحدة بهدف الترفيه والترويح عن النفس 85٪ حسب إحصاءات ودراسات هيئة السياحة البريطانية (عبد السميع، 1993، ص 79).

سبسطية

كما تشير استطلاعات منظمة السياحة العالمية إلى أنه خلال الأعوام القليلة الماضية حظيت السياحة الترفيهية بحوالي 85٪ من إجمالي حركة السياحة الدولية (الحميدي، 2001، ص 25). وفلسطين بما تمتلكه من مقومات طبيعية متعددة، كاعتدال المناخ معظم أوقات العام، إضافة إلى المناظر الطبيعية الخلابة، والشواطئ، والمجاري المائية تعتبر من المناطق الجاذبة لراغبي السياحة الترفيهية.

- **السياحة الدينية:**

يمكن تعريف السياحة الدينية بأنها ذلك النشاط السياحي الذي يقوم على انتقال السائحين من أماكن إقامتهم إلى مناطق أخرى، وذلك بهدف القيام بزيارات ورحلات دينية داخل وخارج الدولة لفترة من الوقت (عبد السميع، 1993، ص 76). وتتضمن السياحة الدينية زيارة الأماكن المقدسة والمزارات الدينية خلال فترات محددة من السنة لممارسة الشعائر الدينية وتأدية الفرض أو لتنفيذ بعض التعاليم الدينية، أو للتبرك، كما يحدث بالنسبة لبعض المناسبات الدينية وزيارة بعض الأضرحة، أو الحج والعمرة أو زيارة المدينة المقدسة بالنسبة للمسلمين، أو مناطق في الهند بالنسبة لطائفة الهندوس والسيخ أو القدس بالنسبة لأصحاب الديانات السماوية الثلاث، أو بيت لحم والناصرة بالنسبة للمسيحيين. وتعتبر السياحة الدينية من حيث الهدف سياحة ثقافية

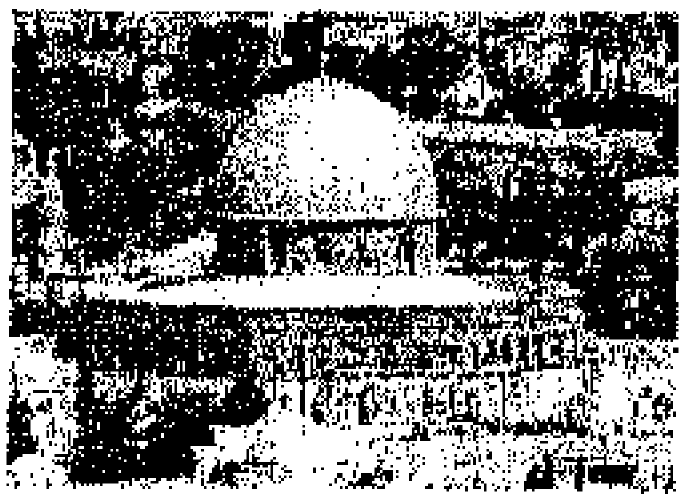
روحانية تهتم بالجانب الروحي للإنسان إلى جانب اهتمامهم بالنواحي الثقافية والدينية (عبد السميع، 1993، ص 77).

وتمتلك فلسطين العديد من مقومات السياحة الدينية سواء بالنسبة للمسلمين أو المسيحيين على حد سواء مثل:

- المقدسات الإسلامية مثل: المسجد الأقصى المبارك الذي يعتبر من المعالم الإسلامية الهامة، حيث يعد ثالث أهم مسجد لدى المسلمين في العالم قاطبة وأول قبلة لهم في صلاتهم، وهو أول وأهم صرح ديني بناه العرب خارج الجزيرة العربية، وقبة الصخرة المشرفة،

المسجد الأقصى المبارك

والجامع العمري الكبير في القدس والبراق، والمسجد الإبراهيمي/ مسجد خليل الرحمن، إضافة إلى المساجد والأضرحة والزوايا والمقامات. وفلسطين



قبة الصخرة المشرفة

تكثر بها الأضرحة والمقامات، والمساجد الأثرية العريقة والحديثة، والمقابر التاريخية للمسلمين.

- المقدسات المسيحية مثل: كنيسة القيامة والتي تعتبر من أكثر الكنائس قدسية وتبجيلا لدى العالم المسيحي، وكنيسة المهد، وطريق الآلام والجسمانية، إضافة إلى الكثير من الكنائس القديمة والأديرة المنتشرة في معظم أنحاء فلسطين وكذلك المغطس.

الاحتفالات الدينية التي تتم في المناطق الدينية:

وتقام خلال العام مثل الاحتفالات برأس السنة الهجرية، والمولد النبوي الشريف، وأعياد الميلاد إضافة إلى الاحتفال بالمواسم المختلفة(*)، مثل الاحتفال بموسم النبي موسى عليه السلام وموسم ستنا مريم، وموسم الزرقا وموسم إبراهيم الخواص وموسم النبي صالح وغير ذلك من المواسم التي تأخذ طابع الزيارة الجماعية لأعداد كبيرة من المواطنين، حيث تعتبر صورة من صور السياحة الداخلية التي تتكرر كل سنة، وتتحول إلى تقليد شعبي دائم.

د.التراث الفني الإسلامي المستوحى من تعاليم الإسلام وثقافته فأصبح مرآة صادقة لحضارة الإسلام والتاريخ الإسلامي، وفلسطين غنية بهذا التراث الإسلامي التي يوجد بها مختلف المدن والقرى. وتعتبر قبة الصخرة المشرفة من أقدم المباني الأثرية الإسلامية الموجودة في القدس الشريف وأكثرها بهاءً وجمالاً، بل أن البعض يعدها من عجائب الدنيا السبع(*).

أما من حيث الظروف التي تتمتع بها فلسطين كميدان للسياحة الدينية، فإنها مشجعة، خصوصاً أن فلسطين تحظى بموقع جغرافي ممتاز، ومناخ معتدل طول العام، فضلا عن اشتهار الشعب الفلسطيني بأنه شعب مضياف. فكل هذه العوامل تجعل من فلسطين منطقة ملائمة لهذا النوع من السياحة، خاصة أن السياحة الدينية تعتبر من

(*) المواسم هي جمع موسم وهي احتفالات شعبية جماهيرية فيها الطابع السياحي الاحتفالي وفيها الطابع الديني وفي مناسبة الموسم يأتي الناس إلى مقام النبي أو الولي للقيام بما يأتي:

1. أداء واجب الزيارة وتقديم الاحترام، وأداء الطقوس الدينية .
2. المشاركة في الفرح الوطني حول المزار .
3. الوفاء بالنذور.
4. ختان الأطفال.

(*) تتميز قبة الصخرة بزخارفها الخارجية والداخلية التي تعتبر أجمل ما قدمته عبقرية الفنان الصناع المبدع وهي تعتبر من أروع ما وصل إليه المجهود الإنساني في العمارة، ولعلها الأثر الأموي الوحيد الباقي اليوم في القدس الشريف.

حيث الهدف منها سياحة ثقافية روحانية تهتم بالجانب الروحي للإنسان إلى جانب اهتمامها بالنواحي الثقافية والدينية، لذلك فلو نالت قسطاً كبيرا من الاهتمام والرعاية لأصبحت مصدراً رئيسياً من مصادر الجذب السياحي ومورداً أساسيا للإيرادات السياحية في فلسطين.

- **السياحة الثقافية:**

وهو نمط سياحي يهدف إلى التعرف على ثقافات وحضارات أقاليم أو دول متباينة الخصائص مما يعني أنها سياحة من أجل المتعة الذهنية والمعرفة، حيث تهدف إلى إشباع رغبة المعرفة وتوسيع دائرة المعلومات الحضارية والتاريخية لدى السائح،

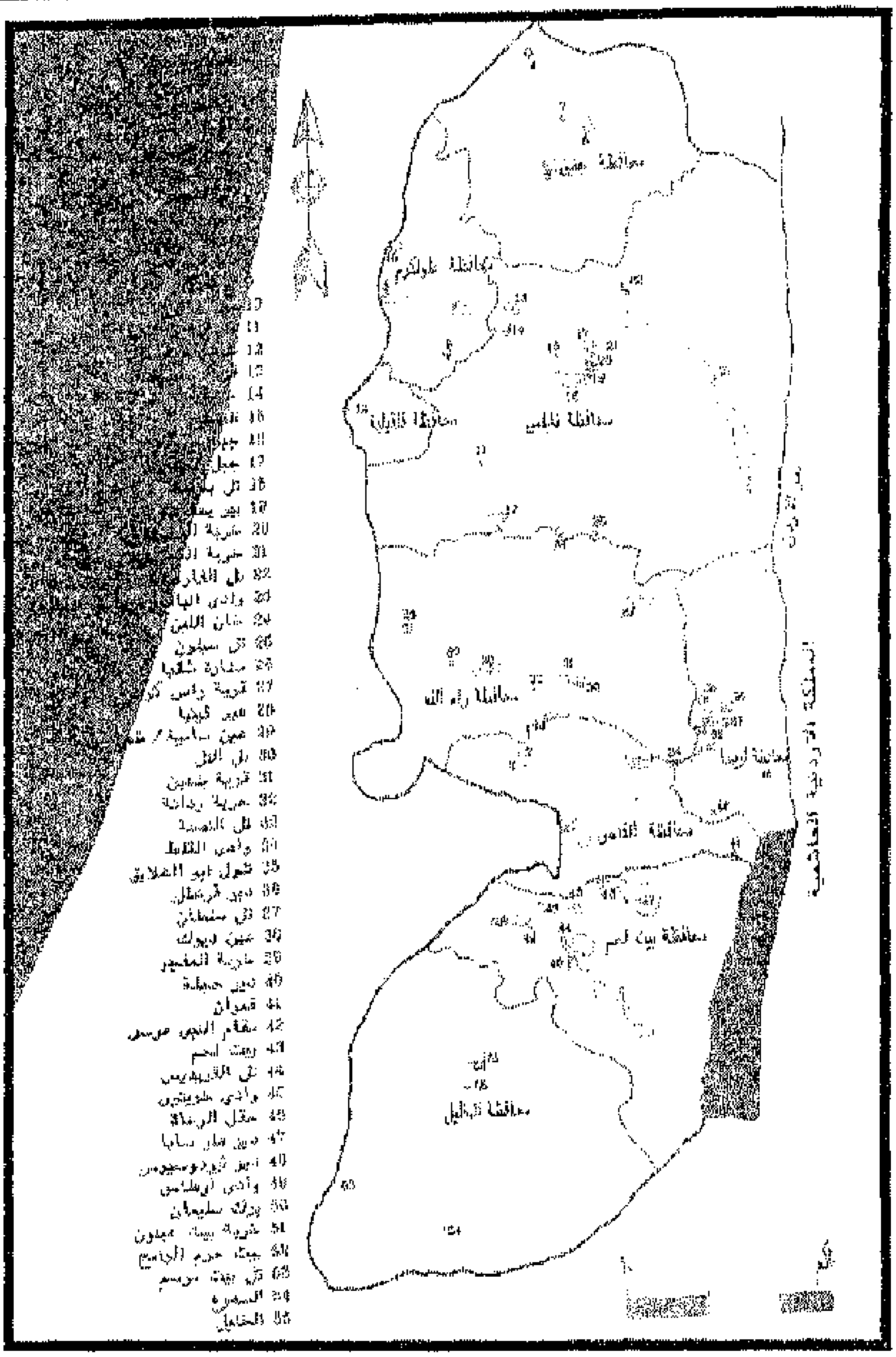
القدس – مبنى المتحف الإسلامي

لذلك تشتمل على زيارة المناطق التاريخية والأثرية والتي تشمل المعابد والمسارح والحصون والأسوار والقصور والتماثيل والأهرامات بالإضافة إلى المتاحف والمكتبات كتلك الموجودة في مصر، واليونان وايطاليا، واسبانيا وتركيا، وفرنسا، وبريطانيا، والصين الشعبية. لكن التركيز على هذا النوع من السياحة وحده لا يمثل سوى 10٪ من النشاط السياحي العالمي، فضلاً عن أن السياحة الثقافية المرتبطة بالمعالم الأثرية والحضارية لا يقبل السائح عليها إلا مرة واحدة فقط في الغالب حيث لا بد من الأخذ في الحسبان كافة هذه الأمور عند رسم أية إستراتيجية سياحية. وتعتبر منطقة الشرق الأوسط من أكثر المناطق جذباً لحركة السياحة الثقافية، اعتمادا على أنها منطقة الحضارات القديمة ومهد الأديان السماوية جميعا،ويوجد في فلسطين عدداً وافراً من المعالم الحضارية، الدينية، التاريخية والمواقع الأثرية والحضارية التي تعتبر ذات أهمية

كبيرة تتجاوز الحدود المحلية والإقليمية لتصل إلى الأهمية الدولية،وينتشر في أرجاء محافظات الضفة الغربية وغزة – على سبيل المثال – ما يربو على **6000** معلم لم تكشف الحفريات عن معظمها بعد، وتعكس تنوعا غنيا في الثقافات والحضارات التاريخية التي قامت على ارض فلسطين (وزارة التخطيط والتعاون الدولي، **1999**، ص **17**). وتمثل المعالم الحضارة والتاريخية والمواقع الأثرية المنتشرة في فلسطين معظم الحقب التاريخية بدءا من العصر الحجري وحتى العهد الإسلامي العثماني .

- **السياحة الطبية:**

ويقصد بها التوجه إلى أقاليم تشتهر بدور للعلاج من أمراض محددة تتوفر في هيئة طبية متخصصة في علاج هذه الأمراض، أو إلى مناطق تشتهر بأساليب طبيعية للعلاج كما في منطقة البحر الميت في فلسطين وحلوان وعيون موسى وحمامات فرعون في مصر، حيث يمكن أن تستخدم الرمال الحارة أو المياه المعدنية أو الطين في العلاج، وفي أوكرانيا ورومانيا حيث تستخدم الرواسب الطينية في العلاج وخاصة على سواحل البحر الأسود، وفي الصين



المعالم الأثرية في الضفة الغربية

المصدر: عبد القادر إبراهيم حماد، الضفة الغربية لنهر الأردن دراسة في جغرافية السياحة، رسالة دكتوراه غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك، جامعة عين شمس، القاهرة، 2003، ص 88.

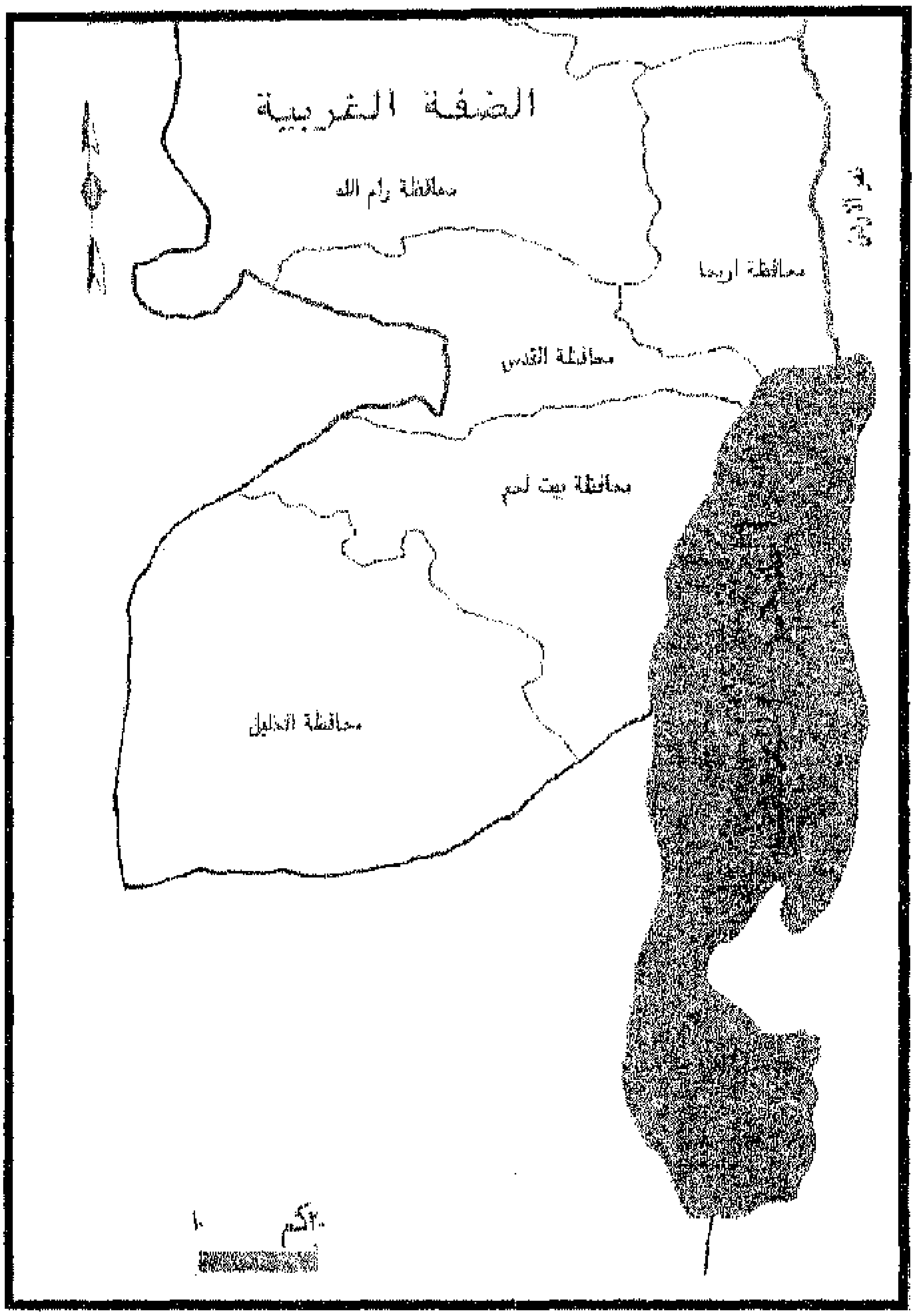
حيث تستخدم الإبر الصينية والأعشاب الطبيعية ويمكن تقسيم السياحة الطبية إلى قسمين رئيسيين هما:

1- **السياحة الوقائية:** وهي عبارة عن الرحلات السياحية التي يهدف المشاركون فيها إلى رفع مستوى الأداء الطبيعي لقواهم الجسدية والعقلية والنفسية، وذلك بالتوجه إلى أماكن تتوافر فيها مقومات العلاج الطبيعي مثل بعض التكوينات الطينية أو الرملية أو المياه الكبريتية أو المعدنية ويمكن تصنيف أنشطة سياحة الاستجمام ضمن أقسام السياحة الوقائية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 19).

2- **السياحة الاستشفائية (العلاجية):**

وهي عبارة عن نمط سياحي يتواجد في مناطق محددة ذات ملامح طبيعية جميلة وبيئية مفتوحة بما يتوافر فيها من أدوات وأساليب العلاج والنقاهة تحت إشراف طبي دقيق. وتكون هذه المناطق مشهورة باستعدادها من مستشفيات ومصحات ودور العلاج لأنواع معينة من الأمراض، كأمراض الصدر والكبد مثل حلوان والمنصورة في مصر. ويشار إلى أن القرى السياحية اكتسبت أهميتها في منطقة سفاجا على ساحل البحر الأحمر من كونها الوحيدة المتخصصة في علاج الروماتيد ، والروماتيزم ، والصدفية عن طريق الدفن في الرمال السوداء ومياه البحر ذات الملوحة العالية ما جعلها من أشهر مناطق السياحة العلاجية في العالم (عبد القادر، 2003، ص 47).

ويعتبر البحر الميت في فلسطين مصدر جذب سياحي رئيسي نظرا لما يتميز به هذا البحر من مميزات تعتبر من أهم مقومات العرض السياحي على النحو التالي (المهيرات، 1995، ص 25-26): تعد مياه البحر الميت من أكثر البحار في هدوء أمواجه ومن أشد المياه ملوحة في العالم، إذ تصل نسبة المواد المحلية في مياهه نحو 33٪ بكثافة تبلغ 1.26٪ مما اكسبه ميزة السباحة الآمنة، كما تعد مياهه أقل.



البحر الميت

المصدر: عبد القادر إبراهيم حماد، الضفة الغربية لنهر الأردن دراسة في جغرافية السياحة، رسالة دكتوراه غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك، جامعة عين شمس، القاهرة، 2003، ص 38.

شفافية من مياه البحار والمحيطات الأخرى. وتتناسب درجة حرارة مياه البحر الميت مع شعور الذين يمارسون السباحة فيه، حيث تبلغ أعلى درجة له في شهر آب 37 درجة مئوية، وأدنى درجة حرارة مئوية في كانون ثاني 23 درجة مئوية.

وتكمن أهمية البحر الميت بقيمة الأملاح الذائبة فيه حيث تتراوح ملوحتها 290-340 غم أي أن حوالي ثلث وزن البحر الميت عبارة عن أملاح مذابة وتتمثل مكونات البحر الميت الرئيسية في:

كلوريد المغنيسيوم	14.48٪
كلوريد الصوديوم	7.48٪
كلوريد البوتاسيوم	1.22٪
بروميد المغنيسوم	3.81٪
ماء	71.53٪

هذه الأملاح وتفرعاتها المختلفة أعطت البحر الميت الميزة العلاجية بمساعدة أشعة الشمس والغازات المتبخرة من مياهه مثل: غاز البروميد ونسبة الأكسجين المتزايدة، وسمك طبقة الأوزون الناتجة عن الانخفاض الكبير لموقع البحر الميت إذ ينخفض لنحو 407 متر تحت مستوى سطح البحر عام 1994، والتي تمنع وصول الأشعة فوق البنفسجية الضارة، وتسمح بوصول الأشعة النافعة التي تساعد على الشفاء من الأمراض الجلدية المزمنة.

ويبلغ طول البحر الميت حوالي 78كم، بعرض متوسط قدره 14كم، ومياهه تملئ أعمق حفرة انهدامية تقع دون مستوى سطح البحر في جميع انحاء اليابسة (الموسوعة الفلسطينية، 1990، ص 175). ويتكون البحر الميت من ثلاثة أجزاء هي: الحوض الشمالي والحوض الجنوبي وشبه جزيرة اللسان ،علما أن الحوض الجنوبي تعرض للجفاف تماما في السنوات الأخيرة بسبب قلة الأمطار، وزيادة معدلات التبخر، ولم يتبق من البحر الميت الآن سوى الحوض الشمالي (حماد، 2003، ص 32).

وتعتبر سفوح جبال لبنان الغربية والشرقية من أهم المناطق التي تحتوي على مئات المدن والقرى التي تختلف في ارتفاعها ودرجة، الرطوبة وحرارتها والتي تضم من المركز ما يناسب شتى الحالات المرضية، ويهيئ الراحة للمتعبين، ومرهقي الأعصاب، وفي فصل الصيف الحار الرطب حيث تكثر الأمراض وتزداد، فإن انتجاع الصحة وطلب الشفاء في مصايف لبنان قد ثبت فعاليته الشديدة، لا سيما أن لكل داء أو انحراف في الصحة، المكان الذي يوافق حالته من حيث الارتفاع والحرارة وطبيعة المياه المعدنية وسطوع الشمس (عبد القادر، 2003، ص 47 -48). وهذا النوع من السياحة تهتم به أكثرية الدول المتقدمة سياحيا، لما يترتب عليها من عائد سياحي مجز، فعلى سبيل المثال ايطاليا تشيد سنويا الفنادق العلاجية لمواجهة هذا النوع من السياحة كما تكونت اتحادات عالمية متخصصة في هذا الصدد ومنها: الاتحاد الدولي للمياه والمناخ ومركزه الرئيسي بسويسرا، والاتحاد الدولي للعلاج بمياه البحر بفرنسا،و الجمعية الطبية للعلاج بالمياه المعدنية بروما.

وتتميز السياحة العلاجية بطول فترة سائحها إذا ما قورنت بأنواع السياحة الأخرى ،حيث تصل هذه الفترة في بعض الأحيان إلى شهرين تقريبا بعكس الأنواع الأخرى التي قد تصل إلى سبعة أيام في المعدلات العادية أو تزيد قليلا (درندراوي، بدون تاريخ، ص 76).

- **السياحة الرياضية:**

يقصد بالسياحة الرياضية الانتقال من مكان الإقامة الدائمة إلى دولة أخرى، لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل، المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم ...الخ.

وهذا النمط من السياحة يحاول إشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم المفضلة مثل الغطس تحت الماء والصيد والتجديف والتزحلق على الجليد، وكذلك صيد البط أو الطيور أو الحيوانات البرية في أماكن محددة وخلال فترات معينة من السنة، أو للاشتراك أو مشاهدة البطولات والمهرجانات الرياضية بما في ذلك

الدورات الأولمبية سواء كانت عالمية أو قارية، أو يشارك فيها عدد محدود من الدول تتوزع على أكثر من قارة مثل الدورات الرياضية لدول الكومنولث البريطاني (الزوكة، 1996، ص 108). وقد ظهرت السياحة الرياضية وانتشرت في الدول التي تمتع بتقدم تكنولوجي كبير ومستوى معيشي مرتفع بالإضافة إلى مقومات هذا النوع من السياحة كالمنشآت الرياضية الضخمة إلى غير ذلك من المقومات .

وتتمتع هذه الدول بمقومات عديدة للسياحة الرياضية من حيث اعتدال الطقس، وتوافر القرى الرياضية، وامتداد السواحل، وملائمتها لممارسة مختلف أنواع الرياضات البحرية، والموقع الجغرافي المتوسط بين كثير من الدول، وما يرتبط به من اتساع في نطاق سياحة الجوار على أسس من السياحة الرياضية (عبد السميع، 1993، ص 86).

- **سياحة المؤتمرات:**

تعتبر سياحة المؤتمرات من أنماط السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري الكبير الذي شهده العالم في العقدين الماضيين، وما تبع هذا النمو من تطور كبير في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم، وسياحة المؤتمرات سياحة متطورة ارتبطت بأنواع أخرى كسياحة الحوافز Incentive وسياحة المعارض (عبد السميع، 1993، ص 93).

وتعد استضافة المؤتمرات (على اختلاف أنواعها) وتنظيمها من الأنشطة السياحية المتطورة، وهي تتطلب إمكانيات سياحية كبيرة من حيث توفير أماكن الإيواء ووسائل النقل السياحي والتسهيلات السياحية الأخرى، بالإضافة إلى توفير مستوى رفيع من حيث إعداد خبراء ومنظمي مدن المؤتمرات. وتعتبر سياحة المؤتمرات ذات مغزى إعلامي كبير، وتتسابق الدول المختلفة على استضافة وتنظيم المؤتمرات لتحقق وراءها مكاسب سياسية واقتصادية وإعلامية ... الخ.

وتشير الإحصائيات إلى أنه تم عقد 6742 مؤتمرا دوليا في عام 1986 وذلك على مستوى العالم، بينما بلغ العدد 7551 مؤتمرا في عام 1987 بزيادة قدرها 12٪ عن العام

السابق له، في حين قفز هذا الرقم إلى 8490 في عام 1988 بزيادة قدرها 12.44٪ عن العام السابق له، وذلك وفقا لما أوردته إحصائيات اتحاد الجمعيات الدولية (U.I.A) في ابريل 1989، كما أن اللجنة الأوروبية للسياحة قدرت عدد المشاركين في المؤتمرات الدولية التي عقدت في عام 1988 بما يقارب 4 ملايين شخص أنفقوا 2 بليون دولار تقريبا. وتعد الولايات المتحدة الأمريكية أكثر الدول استضافة للمؤتمرات الدولية وذلك على مستوى العالم، كما تعد مصر أكثر الدول الأفريقية استضافة للمؤتمرات الدولية (درويش والحمامي،1997، ص 257).

- **السياحة الاقتصادية:**

وهي التي تمثل نشاط رجال الأعمال في الانتقال والإقامة لإتمام الصفقات التجارية، أو الاشتراك في المعارض التجارية الدولية والإقليمية، أو لإقامة شركات مشتركة (الحوري والدباغ، 2002، ص 60). فكان الدافع المادي التجاري منذ القدم من العوامل المهمة في حركة الأسفار، وتشمل الرحلات التي تنطوي على أغراض اقتصادية مختلفة يأتي في مقدمتها حضور المعارض الدولية (الحوري والدباغ، 2002، ص 88)، ولذلك يطلق على هذا النمط أحيانا سياحة المعارض، حيث يرتبط بالمعارض التي تقام في الدول المختلفة مثل المعارض الصناعية والتجارية والفنية والتشكيلية ومعارض الكتاب وغير ذلك، حيث تستقطب هذه المعارض بالإضافة إلى رجال الأعمال والتجار عدد كبير من السياح الذين يقومون بهدف المشاهدة والتمتع وربما التبضع.

وتعبر المعارض نوافذ حضارية يطل منها الزائرون على الانجازات العلمية والتكنولوجية والحضارية للدول المختلفة التي تعتبر عوامل مؤثرة في حركة الجذب السياحي وعامل هام من عوامل التنشيط السياحي. وسياحة المعارض نوع مستحدث من أنواع السياحة الأخرى ظهر في نهاية القرن العشرين وارتبط بالتطور الصناعي الكبير الذي حدث في عالم اليوم، فكانت المعارض هي المدخل الرئيسي والممر الذي يصل التطور العلمي الكبير إلى قنواته العملية والتطبيقية في مختلف دول العالم. ومن

هنا ظهرت أهمية المعارض من الوجهة السياحية، وضرورة العمل على تنميتها والاهتمام بها كنمط جديد من أنماط السياحة (عبد السميع، 1993، ص 97).

وقد تطورت في الآونة الأخيرة السياحة الاقتصادية من أجل إنجاز أعمال المشروعات، وأصبحت تنمو بسرعة ويرجع ذلك إلى تطور ونمو العلاقات الاقتصادية الدولية، وتزايد المشروعات الضخمة المتعددة الجنسية. وقد أدى التوسع في الاستثمارات في الأسواق العالمية المختلفة إلى التوسع إرسال الوفود من الخبراء إلى الخارج، وهذه الفئة تحتاج على خدمات سياحية مثل النقل، والإيواء وخدمات الطعام والشراب زيارات ترفيهية، وهكذا يتم في الغالب الجمع بين الأهداف الاقتصادية والأهداف السياحية. وتشير الإحصاءات إلى أن نسبة السياحة الاقتصادية تشكل 20٪ من إجمالي حركة السياحة الدولية (الحوري والدباغ، 2002، ص 88).

- **سياحة السيارات:**

هذا النوع من السياحة يخضع لظروف ومتطلبات معينة لا تتوافر إلا في عدد قليل من الدول مثل: الطرق الطويلة السريعة التي تربط بين الدول وبعضها البعض، ومدى توافر محطات الخدمة والضيافة المختلفة، ومراكز لنجدة والإسعاف والاستراحات على هذه الطرق. وسياحة السيارات ليست سياحة من نوع خاص كما يظن البعض، ولكنها كأي نوع من أنواع السياحة الأخرى التي انتشرت في السنوات الأخيرة خصوصا بين الدول المجاورة لبعضها مثل دول أوروبا و المنطقة العربية وبعض المناطق الأخرى من العالم. (عبد السميع، 1993، ص 97-98). ولكي ينشط هذا النوع من السياحة في فلسطين يجب أن تكون هناك شبكة من الطرق البرية الجيدة التي تربط المحافظات والمدن الفلسطينية ببعضها البعض، بحيث تتوافر فيها كل وسائل الأمان والراحة والخدمة الجيدة بشريطة توافر الظروف السياسية والأمنية والاقتصادية الأخرى التي تساهم في وجود وازدهار هذه السياحة.

- **السياحة الاجتماعية (الحوافز):**

أصبحت السياحة في العصر الحديث ضرورة من ضرورات الحياة لمعظم شرائح المجتمع بعد أن كانت مقصورة على الطبقات الثرية فقط، فظهرت بذلك السياحة الاجتماعية أو كما يطلق عليها أيضا السياحية الشعبية. والسياحة الاجتماعية هي مجموعة العلاقات والظواهر السياسية التي تنمو نتيجة اشتراك الطبقات التي تمثل الغالبية العظمى من المجتمع ذوي الإمكانيات المحدودة في رحلات سياحية خارج الدولة لفترة من الوقت كحافز لزيادة إنتاجيتهم وتحقيق الأهداف المحددة لهم (فؤاد، فرص تنمية السياحة الاجتماعية في مصر ومتطلبات تلك التنمية، 1983).

وتعتبر سياحة الحوافز من الوسائل الحديثة للإدارة، والتي تستخدمها الشركات والمؤسسات والمصانع والمنظمات لتحقيق أهداف العمل المنشودة (السيسي، بدون تاريخ، ص 91)، فهي إحدى الوسائل الإدارية الحديثة التي تهدف إلى تحفيز العاملين بالشركات والمؤسسات الإنتاجية والحرفية أو المهنية لزيادة الإنتاج وتحقيق الكفاءة الإنتاجية حيث يتم مكافأتهم بتقديم رحلة سياحية متميزة لهم. ويستخدم هذا النوع السياحة بواسطة الشركات لزيادة مبيعاتها، أو لتقديم منتج جديد في الأسواق أوفي فترة الكساد التجاري. وأهم مستخدمي هذا النوع من السياحة، شركات التأمين والبترول وشركات التجميل وإنتاج السيارات والصيدليات وصناعة الالكترونيات وشركات الآلات الزراعية، وصناعة الأطعمة، بحيث يقوم نشاط هذه الشركات وتعتمد أرباحها على العملاء المصدر للأموال. ولذا يعمل المديرون بهذه الهيئات لجذب العملاء وتشجيع الموظفين بتقديم هذه الحوافز، وتعتبر الحوافز إستراتيجية دولية تتعامل بها معظم الشركات والمشروعات في البلاد الصناعية الكبرى، حيث تستعمل الشركات إستراتيجية الحوافز كأداة تسويقية وإدارية لدفع الموظفين المتعاملين معها والموزعين وموظفي المبيعات بها لتحسين الأداء، وتحقيق الأهداف المنشودة (السيسي، بدون تاريخ، ص 91).

لقد نشطت السياحة الاجتماعية (سياحة الحوافز) نشاطا ملموسا في كثير من الدول التي نظمت الرحلات السياحية الجماعية بأسعار منخفضة وتسهيلات متعددة، مما شجع الكثير من الأفراد على السفر والسياحة من مكان إلى مكان.

وساعد أيضا على انتعاش السياحة الاجتماعية في العالم ظهور أنظمة مختلفة تخدم هذا النوع من السياحة مثل نظام السياحة بالتقسيط الذي يعتمد على إتاحة الفرصة لأي فرد بالسفر في اي وقت يشاء على أن يقوم بتسديد نفقات رحلته على عدة أقساط. وهذا النظام متبع على نطاق واسع في الولايات المتحدة كذلك ظهر نظام الادخار السياحي حيث يتمكن المدخرون من تخصيص نسبة معينة من دخولهم وإيداعها في صندوق للادخار من أجل السياحة. وتعتبر سويسرا رائدة هذا النظام حيث انتعشت بها السياحة الاجتماعية، وشهدت نشاطا بارزا فيها، أما نظام الدفع المؤجل فيقوم على تكوين جمعيات، ونوادي من أعضاء مختارين على درجة كبيرة من الثقة يستطيع هؤلاء الأعضاء تغطية نفقات رحلاتهم السياحية عن طريق النادي، وانتشر هذا النظام في معظم دول أمريكا وأوروبا خصوصا سويسرا وفرنسا (عبد السميع، 1993، ص 88-89).

كان أول برنامج لسياحة الحوافز في سنة 1900 م، ولكن شكلها الحالي لم يتبلور إلا بعد تطور وسائل النقل الجوي في أواخر سنة 1950 من القرن العشرين الماضي. أصبحت هذه السياحة في الولايات المتحدة الأمريكية تشكل حركة سياحية ضخمة تصل إلى نسبة 14٪ من السوق السياحي الأمريكي سنة 1982 ووصل الإنفاق الأمريكي على حوالي 1.6 بليون دولار سنة 1985، وتتعامل 49٪ من الشركات الأمريكية الصناعية مع سياسة الحوافز. وبلغ الإنفاق على سياحة الحوافز في بريطانيا حوالي 240 مليون دولار سنة 1985، وهذا يعني أن سوق سياحة الحوافز آخذة في الازدياد وتمثل هذه السياحة بالنسبة لدولة المقصد السياحي سوقاً واسعاً تتنافس عليه الدول حيث أن 90٪ من برامج السياحة هنا تتضمن أزواجا أو زوجات أي تضاعف الإنفاق. ونجد أن 33٪ من مجمل هذه الرحلات هي رحلات عبر البحار، أي رحلات

بعيدة المدى ولذا تحقق أرباحا كثيرة مقارنة بالأنواع الأخرى من السياحة (السيسي، 2004، ص 92-93).

وتعتبر بيوت الشباب المنتشرة في معظم بلدان العالم والمخيمات ومراكز قضاء الإجازات والفنادق ذات الثلاثة نجوم والنجمتين والنجمة الواحدة والقرى السياحية من أهم الوسائل المساعدة على تنشيط الحركة السياحية الاجتماعية (عبد السميع، 1993 ، ص 88-89).

- **السياحة بغرض التعليم والتدريب:**

وهو أحد أكثر أنواع السياحة نشاطا في الوقت الحاضر، حيث تقوم به كثير من دول العالم، لتنشيط عمليات السياحية لديها، حيث يعد توفير الجامعات والكليات والمعاهد العلمية، ومراكز التدريب المختلفة مصدر جذب لعدد كبير من السياح بغرض التعليم والتدريب، وتعد برامج التدريب وتعلم اللغة المحلية أحد أهم البرامج الناجحة في هذا الخصوص، فنظرة سريعة على ما تقوم به كثير من شركات السياحة الانجليزية والأمريكية سوف تظهر بوضوح حجم برامج تعليم اللغة الانجليزية، وما تمثله لهم من مورد هام من موارد التدفق السياحي والتعاقدات السياحية.

- **أنماط السياحية الحديثة:**

توجد العديد من الأنماط السياحية الحديثة الناجمة عن التطورات المتسارعة للحضارة البشرية في شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية والصحية والثقافية والمعيشية ومن هذه الأنماط السياحية الحديثة:

1. **سياحة المعاقين:**

وتهتم العديد من الدول وخاصة الدول المتقدمة بهذا النمط من السياحة، نظراً لأنهم يمثلون شرائح كبيرة من السياح ذوي الدخول المرتفعة حيث يقدر إنفاقهم على السياحة بزيادة من 30-200٪ عن الإنفاق للسائح العادي. وقد نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1976 جمعية تطوير السياحة المعاقين "Society for The Advancement of travel for the handicapped ومهمة هذه الجمعية جذب

السائحين المعاقين للقيام بالنشاط السياحي، ومحاولة إشعارهم أنهم كغيرهم من السائحين العاديين. وأعلنت الأمم المتحدة أن عام 1980 هو عام دولي للمعاقين، وساعد في ذلك إصدار العديد من التشريعات الخاصة بالمعاقين في أوروبا وأمريكا، والتي تعمل على تشجيع هذا النمط من السياحة، وتوفير كافة الاحتياجات والتسهيلات المطلوبة لهذا النوع من السائحين. وقد اهتمت النمسا منذ حوالي ثلاثين عاما بسياحة المعاقين فشكلت جمعية "قطار الشمس" للمعاقين، وهي تقوم بتنظيم رحلات سياحية للمعاقين بالقطار، وتشارك مصر فيها بحوالي ثلاثة أو أربعة معاقين سنويا مع مرافق. والهدف دائما اعتبار المعاق (جسديا أو حسيا)سائح عادي يجب أن يحصل على كل حقوقه من مباشرة كافة أنشطة السياحة، باعتبار أن عدد المعاقين في العالم قد تجاوز 600 مليون شخص (السيسي،2004، ص 90).

2. سياحة مشاهدة الآثار الغارقة:

وتعتبر هذه السياحة من الأنماط الحديثة، حيث قامت العديد من الدول بإنشاء متاحف ضخمة لكنوز البحر من السفن والمواقع والسبائك والذهبية والآثار، تنقل السائح أو الزائر لأعماق البحار، وقد أصبحت هذه المتاحف مقصدا للسياح، بل أنها تعتبر من أهم مظاهر الجذب السياحي.

وقد ابتكرت العديد من شركات السياحة الأمريكية برامج سياحية جديدة من نوعها، تتيح الفرصة لهواة المغامرات البحرية رؤية ومشاهدة الآثار الغارقة ورؤية عمل منقبي الأعماق من خلال شاشات موجودة في حجرات سفن التنقيب التي أعلن بعضها تنظيم رحلات من هذا النوع.

وتعتبر مناطق البحر المتوسط، جزر الكاريبي، وجزر الفلبين من أكثر مناطق المسح التي تجوبها سفن التنقيب عن الكنوز الغارقة، كما أن مدينة الإسكندرية المصرية مرشحة لتكون منطقة جذب لهذا النمط من السياحة في أعقاب الإعلان عن مدن إغريقية كاملة يجري البحث عنها في أعماق البحر. ولا شك أن الكنوز الأثرية المدفونة قد أصبحت هدفا لكثير من الشركات والدول والمغامرين وهو ما يشهد عليه ولادة

علم" أثريات ما تحت البحار" الذي يعتمد على مؤلفات الجغرافيين القدامى وخبراء المسح البحري التكنولوجي (السيسي، 2004، ص 116).

3. سياحة التسوق:

وهي من السياحة المستحدثة في عالم السياحة والسفر، وأحد الطرق لتسويق المقصد السياحي، بما فيها تسويق وترويج المنتجات والسلع والوطنية. وهذا النمط السياحي الجديد أصبح يشكل أداة هامة لتعزيز التدفقات السياحية في كثير من البلدان. وتعتبر دبي في الإمارات العربية أول منطقة عربية تخوض هذه التجربة، وقد حققت في ذلك نجاحا كبيرا انعكس بشكل مباشر على جميع مناحي الحياة فيها، بعد أن أصبحت تجذب ملايين السياح. ويأتي لبنان بعد دبي حيث لاقت تجربتها نجاحاً وكذلك مصر (السيسي، بدون تاريخ، ص 106).

4. سياحة مراقبة الطيور:

تعتبر من الأنماط الحديثة في السياحة، فهي هواية منتشرة على مستوى العالم نظرا لوجود معظم مراقبي الطيور في أمريكا الشمالية وبريطانيا وشمال غرب أوروبا واليابان، ويقدرون من 3 إلى 4 ملايين فرد، أغلبهم من المهتمين بمراقبة الطيور من خلال الحدائق العامة أو رحلات قصيرة داخل بلادهم، وهناك مجموعات كبيرة من هؤلاء المراقبين يسافرون حول العالم أملا في رؤية أنواع جديدة من الطيور، ويتركز هواة مراقبي الطيور في المملكة المتحدة والولايات المتحدة وهولندا وألمانيا والدول الأسكندنافية. وكلما زادت التسهيلات المقدمة لهؤلاء السائحين في بلد ما زاد الإقبال على السفر لذلك البلد. والمثال على ذلك منطقة "بوينت بيلي" في كندا فقد وصل عدد السائحين إلى حوالي 100 ألف سائح في الموسم الواحد، نظرا للاهتمام الكبير بهذه الهواية من خلال المجلات المتخصصة والمكتبات الزاخرة بكتب مختلفة عن الطيور، والمحلات التجارية المتخصصة في بيع الأدوات المختلفة لمراقبة الطيور مثل: المناظر المكبرة وآلات التصوير حيث يوجد في الولايات المتحدة وغرب أوروبا حوالي 50 شركة سياحية متخصصة في سياحة مراقبة الطيور. والغرض من الرحلات

السياحية لمراقبة الطيور، إما لمراقبة أنواع معينة من الطيور كما هو الحال في أسبانيا أو مراقبة هجرتها ورؤية التجمعات الكبيرة منها في دول مثل تركيا والمغرب، (السيسي، 2004، ص 102-103).

وهناك الكثير من الأنماط السياحية الحديثة المرتبطة بارتفاع مستوى معيشة الإنسان والتطورات المتسارعة التي تمر بها الحضارة البشرية في شتى المجالات.

الفصل الرابع
الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة

للنشر والتوزيع
الوراق
www.alwaraq-pub.com

الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة

يشهد العالم اليوم ثورة في مجال قضاء أوقات الفراغ، وتعتبر هذه الظاهرة نتيجة لعدد من المتغيرات الاجتماعية، إذ أصبحت معظم أنشطة أوقات الفراغ متاحة للعامل العادي في الدول المتقدمة الصناعية. ولا يستطيع أحد التأكيد في أن ذلك يرجع للأجيال الحديثة التي طرقت مجالات الترويح عن النفس، أو إلى تغير في عادات الناس وأذواقهم مع مرور الوقت، وتعتبر السياحة، كظاهرة، أحد الأنشطة الهامة لقضاء أوقات الفراغ، ولذا يصبح ضروريا على الدول أن تضع في إطار سياستها القومية وسائل استغلال وقت الفراغ مستهدفة في ذلك الاستفادة من تلك الأنشطة اقتصاديا واجتماعيا (الأفندي، بدون تاريخ، ص 25)، فالسياحة أصبحت من مصادر الدخل المتعددة في الدولة.

واثر السياحة في الاقتصاد القومي مرتبط إلى حد كبير بإنفاق السياح مقابل الخدمات التي يحصلون عليها من الدول التي يزورنها – فهناك الإنفاق على الخدمات الفندقية وتشمل، على سبيل المثال لا الحصر، المبيت والوجبات، والمشروبات والغسيل وسائر الخدمات التي يطلبها السائح أثناء أقامته بالفندق. ولا شك أن مثل هذا الإنفاق يمثل انتقال العملات الحرة من جيوب السياح إلى جيوب أصحاب الفنادق والعاملين فيها. وبالطبع فإن أصحاب الفنادق لهم أيضا سلسلة من المصروفات الأخرى، تتمثل في شراء أدوات المطبخ وتجديد الأثاث والمعدات والمغاسل وتكييف الهواء وتحسين شكله وخدماته، وهذا يعني أن جزءا كبيرا من دخل الفندق يذهب على هؤلاء المشتغلين والمتعاونين الذين يمدون الفندق بكل احتياجاته من الخدمات والسلع المختلفة، وجزءاً كبيراً أيضا يذهب لموردي اللحوم والخضروات والمشروبات والفواكه وسائر مستلزمات الحياة الفندقية، أي أن هناك صف أول من المستفيدين من قطاع السياحة، وهم الذين يتعاملون مباشرة مع السائح، كما وجد صف ثاني وصف ثالث

وهكذا... وتسمى هذه الظاهرة لدى الاقتصاديين مضاعف التجارة الخارجية (السيسي، بدون تاريخ، ص 64).

- ولا بد من الإشارة هنا إلى أن هذا الفصل سوف يتم الحديث عن خصائص صناعة السياحة والآثار الاقتصادية والآثار الاجتماعية لها.

أولاً: خصائص صناعة السياحة :

تهدف صناعة السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في الإقليم أو الدولة كالشواطئ الرملية أو المناخ المعتدل الدفيء، أو المناطق الجبلية أو الغطاءات الجليدية أو المزارات الدينية والتاريخية والأثرية، وهي في ذلك لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالمصايد والموارد المعدنية والغابات والمراعي والتربات الخصبة (الزوكة، 1996، ص 252).

ويمكن حصر أهم خصائص صناعة السياحة فيما يلي (الزوكة، 1996، ص 252- 254):

1- تشكل السياحة مصدراً للدخل القومي:

تعد السياحة نشاطا اقتصاديا متزايدا أو متضاعف الطبيعة وبصورة مطردة، وخاصة فيما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحي وتفسير ذلك أن إقدام السياح على الإنفاق وتحويل نقودهم إلى عملات الدولة المستقبلة لهم من أجل سداد تكاليف الخدمات التي يحتاجون إليها إلى جانب مشترياتهم من الهدايا التذكارية والعاديات، ويعني كل ذلك انتقال النقود التي ينفقها السياح عبر عدة أشخاص وقنوات ومستويات متعددة بالإضافة إلى استخدامها أكثر من مرة عن طريق انتقالها من حائز إلى أخر، مما يؤدي على تزايد الدخل وهو ما يطلق عليه رجال الاقتصاد صفة **Multiplier** رغم انتقال بعض هذه الأموال إلى خارج الإقليم المستقبل للسياح من أجل توفير خدمات معينة أو تامين خدمات محددة، وعلى ذلك يمكن القول بأن الدخل السياحي يتزايد في الأقاليم أو الدول السياحية التي تستطيع توفير كافة

أو معظم خدمات ومتطلبات صناعة السياحة لها، ويقل هذا الدخل تبعا لمستوى ودرجة الاكتفاء الذاتي التي يتمتع بها الإقليم أو الدولة في هذا المجال.

2- ومن الطبيعي أن يتباين مستوى الدخل السياحي المتزايد في أي إقليم سياحي تبعا لطبيعة الخدمات ووسائل التسلية المتاحة ومستواها، بالإضافة إلى قوة الجذب السياحي ومستوى الأسعار، وأيضا تبعا لإمكانات السياح الوافدين وحجم دخولهم، مما يعني في النهاية التزايد المطرد للدخل السياحي .

3- تحتاج السياحة إلى أعداد كبيرة من العاملين، أي أنها توفر فرص عمل لأعداد ضخمة من المستخدمين الذين تتراوح فئاتهم بين العمالة غير الماهرة وأصحاب الكفاءات العالية والخبرات المتخصصة، وهي القوى العاملة المرتبطة بصناعة السياحة بصورة مباشرة إذ توجد أعمال أخرى ترتبط بالسياحة بصورة غير مباشرة كبعض الخدمات التي تستمر في التواجد والممارسة النشطة ولكن، بدرجات متفاوتة طالما السياحة قائمة كنشاط.

4- تتأثر السياحة كصناعة بعاملي أسعار السفر والخدمات السياحية ،ومستوى الدخول المادية للأفراد بصورة كبيرة أو بعبارة أخرى تتغير وبسهولة قرارات السياح وتوجهاتهم بالتغيرات التي تحدث في كل من تكاليف أنشطة السياحة ومستوى الدخل، فتزايد تكاليف الرحلة السياحية إلى إقليم أو دول ما ينتج عنه ضعف الإقبال على السفر إليها من أجل السياحية أو تناقص عدد الليالي السياحية فيها وهي نفس النتيجة التي تحدث إذا ما انخفض مستوى الدخول أو تزايدت تكاليف وأعباء المعيشة في دول الطلب السياحي.

5- والمعروف أن أسعار الخدمات السياحية أسرع في التشغيل وأكثر مرونة من مثيلتها الخاصة بمستويات الدخول لتعدد مؤثراتها وتراوحها بين التدرج والفجائية تبعها لطبيعة اقتصاديات الدول وإمكاناتها عكس التغيرات التي تحدث للدخول الفردية والتي تتم عادة بصورة أبطئ ن لذل كلا يظهر أثرها على الطلب السياحي في أي مجتمع على بعد فترة زمنية طويلة وأحيانا لا يؤثر ارتفاع تكاليف الرحلة السياحية

إلى دولة ما في مستوى تدفق السياح إليها كما هي الحال بالنسبة لتدفق السياحة الأمريكية إلى جزر التبحر الكاريبي وبضع دول أمريكا الجنوبية مهما تزايدت نفقات السفر اليهما،ومرد ذلك أن تذاكر السفر على الجهات البديلة بالنسبة للأمريكتين على دول وجزر البحر المتوسط أعلى سعرا، وهو نفس الوضع بالنسبة لسياح دول شمالي وغرب أوروبا في حالة ارتفاع تكاليف رحلاتهم السياحية إلى دول جنوبي أوروبا وشمال أفريقيا لأن السفر إلى الأماكن البديلة سواء أكانت جزر المحيط الهادي أو البحر الكاريبي يكون أكثر تكلفة.

6- خاصية التغير الكبير للطلب السياحي، والذي يتأثر بعوامل خارجية لا يمكن التنبؤ بطبيعتها وحجمها ومداها، وخاصة أن نمط السياحة الدولية التي يقطع فيها السايح مسافات طويلة للوصول إلى المكان المقصود يتسم بارتفاع التكاليف لذلك لا يشترك فيها إلا نوعية خاصة من الأفراد يتأثرون سلبا وبشدة بأحداث مثل اختطاف الطائرات أو السفن والاضطرابات السياسية، عدم توفر الأمن والاستقرار في بعض الأماكن السياحية، أو معاناتها من عدم كفاية مرافق الخدمات، خاصة ما يتعلق بالكهرباء والماء كما في بعض دول العالم الثالث، تغير أسعار تحويل العملات الأحداث المناخية المفاجئة غير العادية كالعواصف الشديدة التي تتعرض لها بعض جزر الكاريبي أو نطاقات من جنوبي الولايات المتحدة أو العواصف مرتفعات الألب في أوروبا ،ومرتفعات الروكي في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، مما ينتج عنه تحول السياح إلى أماكن أو أقاليم سياحية أخرى كثر أمنا واستقرارا في ظروفها البشرية أو الطبيعية .

7- مرونة المنتج السياحي: يتميز المنتج السياحي بعدم مرونته للتخزين كما الحال في العديد من الصناعات التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة وبما يتفق وحجم المعروض منها وأسعاره، وخاصة أن الطلب السياحي يتصف بالموسمية في معظم الأحوال مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة، لذا تسعى المؤسسات السياحية والفندقية الخاصة على وجه الخصوص

إلى الادخار من العائد السياحي خلال فترات الذروة من الموسم السياحي لتعويض تناقص العائد خلال باقي شهور السنة لذلك تعرف احتياجات السياح من الخدمات والسلع والمنتجات في الأقاليم أو الدول السياحية بأنها ذات نمط حلقي متباين، مما ينعكس آثاره على حجم وفصيلة العائد من رأس المال المستمر في صناعة السياحة وعلى القوى العاملة بها.

وفي حالة وجود أكثر من إجازة طويلة خلال العام الواحد كما في معظم الدول الرئيسية المصدرة للسياح، وخاصة بالنسبة لدول شمال وغربي أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان وكندا واستراليا يفضل أصحاب أوقات الفراغ قضاء إجازاتهم الثانية أو الأقصر داخل بلادهم، أو في الأقاليم السياحية الأقرب إليهم مما ينتج عنه تناقص ملحوظ في موجات تدفق مثل هؤلاء السياح إلى الأقاليم السياحية التقليدية لهم كجزر البحر المتوسط وخاصة في اليونان، بالإضافة إلى المغرب وتونس وأسبانا بالنسبة للأوروبيين، وجزر البحر الكاريبي والبرازيل وبعض جزر المحيط الهادي بالنسبة للأمريكتين ما يؤدي في النهاية إلى هدوء ملحوظ في بعض فترات الموسم السياحي في مثل هذه الدول ويتم مواجهة مثل هذه الأمور بإحدى الوسائل التالية (الزوكة، 1996، ص 255-256):

أ. محاولة إحداث تحويل في موسمية الطلب السياحي بالسعي إلى استمرارية العرض السياحي وذلك بعدة وسائل منها: خفض نفقات السياحة وأسعار خدماتها في الفترات المتوقع حدوث انخفاض في الطلب السياحي خلالها ، مع تشجيع السياحة الداخلية بأسعار خاصة. مثل هذه الخطوة يمكن أن تؤثر سلبا على صافي الدخل "الربح" النهائي، إلا أن العاملين بصناعة السياحة تعلموا كيفية التعايش مع موسمية أنشطتهم بمثل هذه الوسائل والمغريات التي تقلل من تضاؤل العائد خلال فترات الركود وكساد الموسم السياحي أو تناقص أفواج السياح.

ب. تغيير حجم ومستوى السياحي، بحيث يتفق ومستويات تدفعت الأفواج السياحية، مما يعني خفض نوعية الخدمات التي تقدم خلال فترات تناقص أعداد السياح، مع توفير الخدمات الخاصة لمن يطلبها وهو إجراء قد يثير استياء السياح، وليس من شك في أن تركيز العرض السياحي المتميز خلال فترات الذروة من المواسم السياحية تسهم في استمرار خاصية الموسمية في صناعة السياحة، وبالتالي ازدواجية كل من مستوى الخدمات والعرض السياحي.

ج. صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنوياً إلى نفس الإقليم السياحي لكثرة المغريات السياحية في أقاليم العالم المختلفة، وتباين ملامحها وطبيعتها، مما يعني اتساع العرض السياحي العالمي، وبالتالي ضعف إمكانية تردد السائح على نفس المنطقة السياحية أكثر من مرة واحدة.

لذلك يسعى العاملون بصناعة السياحة إلى استقطاب السياح وإرضائهم وإيجاد نوع من الألفة والوفاء لديهم للمزار السياحي على أمل العودة مرة أخرى، مما وهذا يتطلب تنوع المغريات وتعدد وسائلها وتنميتها وتطويرها من أجل تحسين في صناعة السياحة التي تضم العديد من الخبرات المتخصصة في هذا المجال.

يتبين من العرض السابق، تعدد خصائص صناعة السياحة وهي خصائص تلقي الكثير من الضوء على طبيعة هذه الصناعة ومفرداتها وهو أمر ضروري كان يجب عرضه قبل الخوض في موضوع آثار السياحة.

ثانياً: الآثار الاقتصادية للسياحة

تنقسم الآثار الاقتصادية للسياحة إلى آثار مباشرة وآثار غير مباشرة، وتتمثل الآثار المباشرة للسياحة في تأثيرها على ميزان المدفوعات، والعمالة، وإعادة توزيع الدخل، والمستوى العام للأسعار. أما الآثار غير المباشرة فتشمل التأثير على سوق بعض السلع، وتنمية خدمات البنية الأساسية، وزيادة فرص الاستثمار الوطني والأجنبي. (عبد الحكيم والديب، 1995، ص136)

أ. الآثار الاقتصادية المباشرة للسياحة:

تدفع الأهداف الاقتصادية إلى حث الحكومات للقيام بدورها في مجال السياحة حيث تؤثر على الاقتصاد القومي من زوايا عديدة أهمها:

- **موازنة ميزان المدفوعات:**

يمثل ميزان المدفوعات لأية دولة من الدول بياناً حسابياً شاملاً وسجلاً منظماً يوضح فيه جميع المعاملات الاقتصادية بين الدول المعنية وسائر دول العالم. ويمكن أن يعرف على أنه بيان للداخل والمنصرف على مستوى الدول، ويوضع في الاعتبار هنا قيمة كل السلع والمنح والقروض والمساعدات الخارجة، وكمية الذهب الداخلة للدولة والخارجية منها، ثم العلاقة بين كل هذه المفردات. ويمثل الاتفاق السياحي داخل الدولة وخارجها أحد أشكال هذه الحركة (عبد الحكيم والديب، 1995، ص137). وتعرف عملية استقطاب الأموال بواسطة السائحين إلى بلدٍ ما – في العرف الاقتصادي – بالصادرات غير المنظورة حيث هي في الواقع حصيلة لصادرات لم تتحقق فعلياً في البلد التي استجلبت إليها هذه الأموال لتشابها مع الحصيلة التي تنتج عن الصادرات الفعلية. ويتبع ذلك أنه كلما زادت حصيلة الدولة من السياحة أمكنها في المقابل تسديد ديون وارداتها الفعلية، بمعنى أن السياحة أحد عوامل تنشيط التجارة الدولية، حيث أن زيادتها تتيح للدولة زيادة مقدرتها على الاستيراد أو تغطية التزام وارداتها. كما أنها تعمل أيضاً على إمكانية سداد الصادرات غير المنظورة للدول الأخرى، والمتمثلة في مصروفات سياح هذه الدولة للدول الأخرى أو سداد مستحقات وأجور العمالة، أو الخبرة المستوردة للدولة من هذه الدول للمعاونة في أغراض التنمية الاقتصادية أو الثقافية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 25).

ويتكون ميزان المدفوعات من جزأين رئيسيين هما عبد السميع، بدون تاريخ، ص 35:

- ميزان المعاملات الجارية.
- ميزان رأس المال.

وبذلك يؤثر الدخل السياحي Tourism Income تأثيراً مباشراً في الميزان التجاري سلباً أو إيجاباً. ويتحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي، ونسبتها إلى القيمة الصافية للميزان التجاري. فإذا كانت الأخيرة سلبية، وكان الأثر الإيجابي للميزان السياحي كبير، أدى ذلك إلى تخفيف العجز في الميزان التجاري، أما إذا كانت إيجابية ساعد ذلك الأثر على زيادة الإيجابية في الميزان التجاري وتقويته، وبالتالي يكون التأثير إيجابياً على ميزان مدفوعات الدولة.

ويلاحظ أنه خلال السنوات الماضية حدث عجز في ميزان المدفوعات السياحية الخاص بالدول الصناعية ذات الاقتصاد المزدهر كألمانيا وبريطانيا، وكندا، والولايات المتحدة الأمريكية، وكان ذلك نتيجة لزيادة المصروفات السياحية لرعايا هذه الدول في خارج أوطانهم عن موارد هذه الدول من السائحين الوافدين إليها، مما نتج عنه عجزاً في ميزان المدفوعات السياحية الخاص بها. وفي المقابل، تمثل الإيرادات السياحية جزءاً أساسياً من الدخل القومي لبلاد كثيرة منها على سبيل المثال إيطاليا وأسبانيا (الأفندي، بدون تاريخ، ص 25-26).

وتعد السياحة الدولية من المصادر المهمة للدخل في العالم العربي، إذ تمثل نسبة عالية من إجمالي الدخل القومي في دول مثل: مصر وتونس والمغرب والأردن. ففي عام 1989 استقبلت تونس 3,5 مليون سائح قضوا 20 مليون ليلة سياحية، وبلغ قيمة الدخل السياحي في الاقتصاد القومي ما يزيد عن مليار دينار تونس، وهذا يعني أن نسبة مساهمة السياحة في الدخل القومي لتونس بلغ 30٪ (سهتم، 1993، ص23).

وتشير دراسات وتوقعات منظمة السياحة العالمية W.T.O إلى أن القطاع السياحي في العالم العربي مرشح لأن يلعب دوراً اقتصادياً متنامياً نظراً للنمو المتصاعد في أعداد السياح القادمين إلى الدول العربية، والنمو الاستثمارات السياحية التي شهدتها أسواق صناعة السياحة في دول المنطقة العربية. ففي عام 1997 سجلت الدول العربية الشرق أوسطية أعلى معدلات النمو عالمياً في استقبال السياح الدوليين، إذ أن

نسبة النمو بلغت 4.8٪ عن العام السابق 1996، إذ بلغ عدد السياح الداخلين لهذه الدول 408 مليون سائح دولي. (الحميدي،2001، ص24).

ويظهر أثر السياحة بصورة أوضح في الاقتصاد القومي للدول النامية. فهذه الدول عادة تحتاج إلى مبالغ طائلة من النقد لاستيراد احتياجاتها التي تساعدها على تنفيذ مشروعاتها. ولا تستطيع أن تحصل على إيرادات كافية من النقد الأجنبي عن طريق السلع والصادرات المنظورة وحدها، لأن صادراتها لا تغطي إلا جزءاً بسيطاً من وارداتها، ومعظمها من السلع والمنتجات الصناعية. لذلك لا سبيل أمام الدول النامية للحصول على ما تحتاجه من نقد أجنبي لتنفيذ مشروعاتها في التنمية إلا باستغلال إمكانياتها السياحية لأقصى حد ممكن، بالإضافة إلى أن المشروعات السياحية تحتاج عادة لاستثمارات قليلة الحجم نسبياً ومعظمها من النقد المحلي إذا ما قورنت بالاستثمارات الضخمة التي تحتاج إليها المشروعات الصناعية، كما أنها تعطي عائداً سريعاً معظمه بالنقد الأجنبي، (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 139).

- **ميزان المدفوعات السياحي الدولي:**

يشير عبد الحكيم والديب في كتابهما "جغرافية السياحة" (1995) إلى أن الإنفاق الدولي على السياحة الداخلية والدولية بلغ 652 بليون دولار أمريكي في عام 1980 وعلى ذلك فإن الإنفاق على السفر الدولي يزيد على الإنفاق العالمي على التسليح (600 بليون دولار)، كما أن الإنفاق على السفر أيضاً يزيد أيضاً على الناتج القومي الكلي لمعظم دول العالم، ما عدا الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي "سابقاً" (روسيا الآن) واليابان وألمانيا (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 139).

وإذا نظرنا إلى إحصائيات السياحة وحركة السياحة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية وخاصة بعد الخمسينات من القرن العشرين الماضي لوجدنا ارتفاعا ملحوظاً في عدد السياح، وتوقع الزيادات في الأعوام القادمة. وبناءً على الدراسات التي أجرتها منظمة السياحة العالمية فإن عدد السياح شهد ارتفاعاً في العالم من 25 مليون سائح عام 1850 إلى 445 مليون سائح عام 1990، و476 مليون سائح عام 1992، ومن

المتوقع أن يرتفع عدد السياح على مستوى العالم إلى 973 مليون سائح عام 2010م. وفي عام 1990 بلغت إيرادات السياحة في العالم 225 بليون دولار، وارتفعت الإيرادات لعام 1991 إلى 260,7 بليون دولار. وبلغ عدد الأشخاص العاملين في مجال تقديم الخدمات السياحية أكثر من 100 مليون عام 1991، وارتفع هذا العدد إلى 120 مليون شخص عام 1994 على مستوى العالم (عبد الوهاب، 1996، ص40).

واستناداً إلى بيانات منظمة السياحة الدولية أيضاً، ومن الجدول رقم 1 يمكن القول في جانب الإنفاق السياحي الدولي ما يلي (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 142-143):

أن حجم الإنفاق السياحي قد زاد خلال الفترة من 1950 – 1990 حوالي 113 مرة خلال 40 عاماً، كما أن الزيادة تتم بين الفترات في صورة متوالية هندسية ماعدا الفترة 1980 – 1985.

جدول " 1 "

الإنفاق السياحي الدولي في الفترة 1950- 1990

السنة	الإنفاق مليون دولار أمريكي	الزيادة السنوية ٪
1950	2100	-
1960	6800	22,4
1965	11000	12,4
1970	17900	12,5
1975	38600	23,1
1980	95300	29,4
1985	100707	1,1
1990	237916	27,2

المصدر: محمد صبحي عبد الحكيم – حمدي أحمد الديب، جغرافية السياحة، 1995، ص142.

وهذا الأمر يعكس أهمية السياحة في الاقتصاد العالمي، وعلى العموم يختلف معدل النمو السنوي من فترة إلى أخرى، فقد بلغ متوسط الزيادة للفترة 50 – 1960 نحو 22,4٪ سنوياً، وهي نسبة مرتفعة جداً إذا ما قورنت بالفترات التالية مباشرة حتى عام 1970.

ويعود ذلك – في جزء منه – إلى عدم دقة الإحصائيات في هذه الفترة المبكرة من النمو السياحي في النصف الثاني من القرن العشرين الماضي. ثم ارتفع معدل النمو في الفترات التالية لتصل أقصى حد لها في العام 1980، ثم انخفض المعدل إلى أدنى حد له في عام 1985، ثم عاد للارتفاع مرة أخرى عام 1990. وتختلف صورة حجم الإنفاق والعائدات وصافي الإيرادات عام 1990، بين قارات العالم، ويمكن تباين ذلك من الجدول رقم 2:

جدول "2"

ميزان النفقات والعائدات على مستوى القارات عام 1990 (مليون دولار)

القارة	حجم الحركة مليون	النفقات	العائدات	ميزان الاتفاق والعائد السياحي
أفريقيا	17,7	3932	68,1	2869 +
أمريكا الشمالية	55,0	47061	46953	108 -
أمريكا الوسطى	28,1	7759	14871	7512 +
أمريكا الجنوبية	8,6	5651	5781	130 +
اسيا	62,5	43746	41044	2802 -
أوروبا	276,8	124034	132977	8943 +
الجملة	454,9	237916	255006	17090 +

المصدر: محمد صبحي عبد الحكيم – حمدي أحمد الديب، جغرافية السياحة، 1995، ض143.

تحليل بيانات جدول رقم 2 بينت الاتي:

1- أن النفقات السياحية بلغت حوالي 238 بليون دولارً في عام 1990، تساهم القارة الأوروبية بأكثر من نصفها (52,1٪)، تليها أمريكا الوسطى (32.6٪)، وأخيراً تأتي أفريقيا بنصيب تبلغ نسبته (1,7٪).

2- أما عن العائدات فتبلغ حجمها نحو 255 بليون دولار،تأتي أوروبا في المقدمة أيضاً من حيث العائدات (52,1٪) تليها أمريكا الشمالية (18,4٪)، ثم أسيا

(16,1٪)،فأمريكيا الوسطى (5,8٪)، وأفريقيا (2,7٪) والأوقيانوسية (2,6٪) ثم أمريكا الجنوبية (2,3٪).

3- يتضح أن هناك توافقاً بين مراتب القارات – تقريباً – من حيث الإنفاق والعائد، كما أن هناك توافقاً آخر بين العائدات وحجم الحركة.

4- أما عن ميزان المدفوعات السياحي فيتضح أن صافي الميزان الدولي يبلغ 17090 بليون دولار، وهو ميزان موجب يتجه في معظمه إلى قارات العالم المتقدم. وتتمثل القارات ذات الميزان الموجب في أوروبا وأمريكا الوسطى، وأفريقيا والأوقيانوسية، أما القارات ذات الميزان السالب في أسيا وأمريكيا الشمالية، (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 142 – 144).

- **الميزان السياحي على مستوى القارات:**

يمكن أن الوقوف على صورة الميزان السياحي على مستوى القارات على النحو التالي (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 144 – 147):

1- **افريقيا:** تأتي كل من مصر والمملكة المغربية وتونس وجنوب أفريقيا وكينيا، إذ يبلغ نصيبها 80,3٪ من جملة العائد السياحي في القارة. أما من حيث النفقات فتتمثل هذه الدول في جنوب أفريقيا و ليبيا والكاميرون وساحل العاج، والمملكة المغربية. ويبلغ نصيبها 58,6٪ من جملة النفقات.

2- **أمريكا الشمالية:** تستأثر الولايات المتحدة بنحو86,4٪ من الإيرادات، ونحو 82,2٪ من جملة النفقات، أما النسب الباقية فمن نصيب كندا.

3- **أمريكا الوسطى:** يبلغ نصيب الدول الخمسة الأولى من العائدات نحو 64٪ وهي: المكسيك، بورتوريكو، الباهاما، دومينيكان وجاميكا. أما من حيث النفقات فإن الدول الخمسة الأولى هي: المكسيك، بورتريكو، الباهاما، كوستاريكا، ودومينيكان إذا يبلغ نصيبها نحو 88,5٪ من جملة الإنفاق السياحي وهي تكاد تتوافق مع دول العائدات باستثناء دولة كوستاريكا.

4- **أمريكا الجنوبية**: تعد في الأرجنتين والبرازيل وشيلي وبيرو ثم كولومبيا. أما أهم دول الإنفاق فهي البرازيل والأرجنتين وفنزويلا وبيرو وكولومبيا، إذا يبلغ نصيب المجموعة الأولى 81,8٪ من الإيرادات، في حيث يبلغ نصيب الثانية 84,3٪ من جملة النفقات على السياحة.

5- **آسيا**: تأتي كل من سنغافورة وتايلاند واليابان وكوريا وتركيا في مقدمة الدول الأسيوية من حيث الإيرادات، إذ يبلغ نصيبها نحو 46,7٪ ، أما من حيث النفقات فتأتي اليابان في مقدمة دول القارة إذ تستأثر بنحو 57٪ من جملة ما تنفقه آسيا في السياحة الدولية، تليها ماليزيا، وسوريا، والكويت، وفلسطين التاريخية *دولة الكيان الصهيوني في فلسطين*، ويبلغ مجموع نصيب الدول الخمسة الأولى من حيث النفقات 83,1٪.

6- **أوروبا**: تأتي فرنسا وإيطاليا وأسبانيا والمملكة المتحدة والنمسا على رأس الدول الأوروبية من حيث الإيرادات (64,3٪) أما من حيث النفقات فتأتي ألمانيا والمملكة المتحدة وإيطاليا وفرنسا وهولندا (65,3٪) في مقدمة دول أوروبا.

7- **الاوقيانوسية**: تتمثل أهم دول العائدات بها في استراليا ونيوزيلاند وجوام وفيجي، أما أهم الدول في النفقات فهي استراليا، نيوزيلاند، جوام، نيوغينيا وفيجي (99,6٪) من جملة النفقات في القارة.

8- يلاحظ أن نسبة التركيز في الإيرادات والنفقات عالية في كل القارات وهي نسبة ما تستأثر به الدول الخمسة الأولى في كل قارة. كما أن نسبة التركز متوازنة – في جانب النفقات والعائدات – في الأوقيانوس وأمريكا الشمالية وأوروبا وأمريكا الجنوبية.. حيث تلعب هذه القارات دوراً رئيسياً في الإرسال والاستقبال عالمياً، في حين تكون في صالح الإيرادات في أفريقيا (جذب فقط). وفي صالح النفقات في آسيا.

- **الميزان السياحي الجاري في فلسطين:**

أدت السياسات والإجراءات التي فرضتها سلطات الاحتلال الإسرائيلي في الأراضي الفلسطينية، إلى تقييد حركة دخول الفلسطينيين المغتربين إلى الضفة الغربية وقطاع غزة إلى الإخلال بالحساب الجاري لقطاع السياحة خلال الفترة من 1968 – 1987، حيث وصل إلى ما يقارب 41 مليون دولار. كما أدى الاحتلال الإسرائيلي الى حرمان الأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة من التوجه الإيجابي في نسبة عائدات السفر إلى عائدات الخدمات. فقد كانت واردات السفر تشكل 74٪ من إجمالي عائدات الخدمات في العام 1968، واستمرت هذه النسبة في الانخفاض لتصل إلى 2٪ فقط في العام 1987، بينما في داخل الخط الأخضر أو ما يسمى "دولة الكيان الصهيوني في فلسطين"، ارتفعت من 10٪ في العام 1968 إلى 28٪ في العام 1987، وبالمقارنة مع بعض الدول العربية المجاورة كما في الأردن ارتفعت من 20٪ العام 1968 إلى 43٪ العام 1987. هذه الوسائل والمغريات التي تقلل من تضاؤل العائد خلال فترات الركود أو تناقص أفواج السياح.

وليس من شك في أن التركيز على العرض السياحي المتميز خلال فترات الذروة من المواسم السياحية تسهم في استمرار خاصية الموسمية في صناعة السياحة، وبالتالي ازدواجية كل من مستوى الخدمات والعرض السياحي.

ان صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنوياً إلى نفس الإقليم السياحي لكثرة المغريات السياحية في أقاليم العالم المختلفة، وتباين ملامحها وطبيعتها، مما يعني اتساع العرض السياحي العالمي، وبالتالي ضعف إمكانية تردد السائح الى نفس المنطقة السياحية أكثر من مرة واحدة. لذلك يسعى العاملون بصناعة السياحة وبكافة الوسائل إلى استقطاب السياح وإرضائهم وإيجاد نوع من الألفة والوفاء لديهم للمزار السياحي على أمل العودة مرة أخرى، مما يبرز أهمية المغريات وتعدد وسائلها في صناعة السياحة التي تضم العديد من الخبرات المتخصصة في هذا المجال.

- **تحقيق التوازن الاقتصادي داخل حدود الدول السياحية:**

غالباً ما توجد المناطق ذات الأهمية السياحية خارج المدن الكبرى المزدحمة بالسكان، سواء في الجبال، أو على شواطئ البحار والبحيرات، أو علم ضفاف الأنهار أو في مناطق الأرياف. ويدل تجاه السائحين إلى تلك المناطق البعيدة على بروز دور السياحة خارج المناطق المزدحمة بالسكان (أي خارج، الدائرة المغلقة. فنتيجة لبعد هذه المناطق السياحية عن مراكز الأسواق الرئيسية نجد أن أهلها يعيشون في ظل نظام اقتصادي يعتمد على قوة إنتاجية ضعيفة تتمثل في الزراعة أو تربية الماشية أو الصيد أو بعض المهن اليدوية والحرفية، وهو نظام يعد منخفضاً بالمقارنة إلى النشاط التجاري والصناعي في المناطق الإنتاجية الآهلة بالسكان، وبذلك فإن السياحة بمقوماتها الخاصة وأثرها الاقتصادي تصبح في أغلب الأحيان المورد الرئيسي لسكان هذه المناطق، بمعنى إن السياحة تحقق توازناً اقتصادياً بين مختلف مناطق الدولة الواحدة عن طريق جذب القوة الشرائية من المراكز ذات الإنتاج الصناعي والتجاري بالمناطق الأهلة بالسكان إلى المناطق الأدنى، لذلك فإن النمو السياحي في هذه المناطق يقاوم قوة الجذب لسكانها إلى المناطق الأولى على ضوء تواجد وازدياد فرص العمالة، وارتفاع مستوى المعيشة فيها كنتيجة حتمية لإنشاء المتطلبات السياحية. ونتيجة لتواجد كل هذه المقومات، فإن سكان هذه المناطق يفضلون العمل الجزي في هذا النشاط، نابذين فكرة الهجرة منها إلى المناطق التجارية والصناعية الأخرى (الأفندي، بدون تاريخ، ص 26-27).

خلق فرص العمل:

يفرق الاقتصاديون بين الصناعات التي تحتاج إلى رأس مال كبير، وتلك التي تحتاج إلى أيدي عاملة كثيرة. وعندما يكون العمل ذا كلفة مرتفعة تتجه الدول الصناعية إلى الصناعات التي لا تعتمد على العمال. أما الدول النامية والتي تتميز بارتفاع الأيدي العاملة، تعطي الأولوية للأنشطة التي تستخدم عدداً كبيراً من العمال، وتغلب عليها العمالة اليدوية، وتلك هي ميزة السياحة التي تستوعب عدداً كبيراً من الأيدي العاملة (الأفندي، بدون تاريخ، ص 27).

وتتصف السياحة بأنها نشاط اقتصادي متزايد **Multiplier** وخاصة فيما يتعلق بالاستخدام أو بالقوى العاملة حيث تحتاج إلى أعداد كبيرة من العاملين، وان تباينت من حيث الحجم والنوعية (عز الدين وعاشور، 2002، ص 192)، والسياحة هي صناعة، تقوم بتأدية خدمات للسائحين عن طريق أفراد لذلك لها أثرها الهام على الدول التي بها فائض في العمالة، حيث يمكنها استيعاب عدد كبير للعمل في مجالها، وعليه فإن الأنشطة السياحية تحقق عمالة مباشرة وغير مباشرة ومحفوزة (عز الدين وعاشور، 2002، ص 193).

وتجدر الإشارة إلى، أن أثر السياحة على العمالة يشمل كثيراً من المهن ذات العلاقة غير المباشرة بهذا المجال كالمحامين والمحاسبين، فالسياحة صناعة مركبة تشتمل على كثير من الصناعات الفرعية والأنشطة التجارية، لذلك فإنها في حاجة دائمة إلى القوى العاملة حيث تعتمد على العامل الإنساني خصوصاً وأنها ترتبط بقطاعات أخرى، مما يساعد على القضاء نسبياً على مشكلة البطالة (عبد السميع، بدون تاريخ، ص 36).

ويمكن القول، أن هناك فئتان من المواطنين تبدو مستفيدة بصفة خاصة من فرص التوظيف في هذا المجال بشكل واضح وهما الشباب وهم أكثرية ثم يليهم فئة النساء، وذلك على اعتبار أن الشباب هم أكثر الفئات العمرية حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما يكاد يكون بناؤها النفسي مكتملاً على نحو يمكنها من التفاعل والمشاركة بأقصى الطاقات التي يمكن أن تسهم في تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته.

ويمكن تصنيف القوى العاملة المرتبطة بصناعة السياحة إلى أربع فئات رئيسية وهي (الأفندي، بدون تاريخ، ص 28):

أ. العاملون الدائمون في الصناعة بصورة مباشرة، وهم الفئة التي ترتبط وظائفهم بإنفاق السياح المترددين على المنشآت السياحية ومرافق خدماتهم، والتي تأتي الفنادق ومراكز الترفيه والمطاعم المرتبطة بها ووكلاء السياحة، ومنظمو الرحلات في مقدمتها.

ب. العاملون في الصناعة بصورة غير مباشرة، وهم الفئة العاملة بالخدمات المرتبطة بأنشطة السياحة والترويح.

ج. العاملون المنجذبون إلى الصناعة كقوى إضافية مؤقتة نتيجة لطبيعتها المتزايدة، وهم غالباً من سكان الإقليم السياحي وليس من خارجه، ويعملون خلال فترات الذروة في المواسم السياحية.

د. العاملون في قطاعات مختلفة ويستفيدون من صناعة السياحة، وهم فئة يطلق عليها أسم العمالة المستحثة وتشمل العاملون في مجالات البناء والتشييد والتأثيث والتموين والزراعة وتربية الحيوانات والدواجن.

وليس من شك في أن العاملين الدائمين وبصورة مباشرة يشكلون العمود الفقري لصناعة السياحة ومع ذلك تختلف الأنشطة السياحية في مدى حاجتها إلى القوى العاملة حسب طبيعتها ومستوى أدائها، ودرجة أهميتها لراحة السياح وجذبهم. ويلاحظ أن الأعمال الخاصة بالفندقة والضيافة ووسائل الترفيه والتسلية تتصدر أنشطة السياحة في هذا المجال (الزوكة، 1996، ص 259). ويتوقف حجم العمالة في قطاع السياحة على نسبة ما تسهم به في الناتج المحلي، فإن كان إسهام السياحة في هذا الناتج صغيراً، فإن العمالة في قطاع السياحة تمثل نسبة صغيرة من إجمالي العمالة والعكس صحيح،كما هو الحال في جزر الكاريبي مثلاً فإن نسبة إسهام السياحة في العمالة يكون كبيراً. كذلك يمتد نشاط السياحة إلى خلق فرص عمل في المناطق المجاورة، كما أن إقامة السائحين في منطقة متقدمة نسبياً مثل مدينة معينة ولمدة ما يحدث انتعاشاً في القرى المحيطة بها.

والسياحة كمصدر للتشغيل لها أهمية خاصة، لاسيما في المناطق ذات الإمكانيات المحدودة في التوظيف، كما هو الحال في المناطق التي تعاني من نقص في الموارد الطبيعية ففي بريطانيا، مثلاً، تبلغ نسبة المعتمدين على السياحة في دخلهم 5٪ من جملة السكان، وفي مناطق كثيرة يشتغل أكثر من 10٪ من السكان ذوي النشاط في أعمال الضيافة، وترتفع هذه النسبة لتصل إلى 20٪ في بعض المتجعات وفي كثير

من الدول النامية – حيث تكون البطالة مزمنة – غالباً ما تظهر السياحة كأساس للتوظيف، ولا تجذب السياحة السكان المحليين فقط، ولكن من خارج منطقة الجذب السياحي. وتحتاج النشاطات السياحية لاستخدام الأيدي العاملة في مختلف مراحل التعلم بدءاً من المراحل التحضيرية أثناء إقامة المشاريع السياحية المختلفة، والبنية التحتية والفوقية اللازمة، وأثناء التشغيل مباشرة، حيث يحتاج الفندق إلى 1,5 – 2,5 شخص لكل غرفة من موظفين إدارة عليا، ومتوسطة، وأيدي عاملة ماهرة، ونصف مهرة وغير مهرة، (مقابلة وذيب، 2000، ص103).

وتشير بعض الدراسات إلى أن وجود بعض الأنماط السياحية مثل سياحة المؤتمرات التي تعمل على زيادة العمالة في الدولة المضيفة للمؤتمرات، حيث تشير الإحصائيات إلى أنه تم تشغيل 1,3 مليون شخص في وظائف دائمة وذلك في خمس مدن أمريكية عام 1991. وتعتبر السياحة الدولية من أكثر القطاعات الإنتاجية والخدمية عمالة، إذ بلغ مجموع الوظائف السياحية (المباشرة وغير المباشرة حوالي 64,3 مليون وظيفة في العالم، يبلغ نصيب أوروبا منها 21,9٪ والولايات المتحدة 21,2٪ وكندا والباسفيك 10,9٪، ثم باقي العالم 46٪ (عبد الوهاب، 1988، ص 15). وقد أجريت العديد من الدراسات السياحية للتعرف على تأثير السياحة على العمالة، حيث أوضحت هذه الدراسات أن تأثير السياحة على العمالة يختلف تبعاً لأهمية المعطاة للسياحة في الدخل القومي، وأولويتها في قائمة القطاعات الإنتاجية التي يتم الاستثمار فيها.

ويمكن إبراز العلاقة بين السياحة والعمالة في الجوانب التالية (عبد الحكيم والذيب، 1995، ص 155 – 156):

1- العلاقة تكاملية بين الدخل والعمالة، فهما متناظران في جانب العمالة الأولية، أما في حالة العمالة الثانوية أو غير المباشرة، فإن العلاقة سببية، ومع ذلك فإن الزيادة في الدخل السياحي لا تقود بالضرورة دائماً إلى زيادة في العمالة.

2- أن تأثير السياحة على العمالة تحدده أنماط النشاط السياحي، فبعض أنماط السياحة، تحتاج إلى عمالة مكثفة عن الأنماط الأخرى، فتسهيلات الضيافة، ولاسيما، في الفنادق، وبيوت الضيافة توظف نسبة كبيرة من العمالة.

3- إن تأثير السياحة على العمالة تحدده المهارات المتاحة محلياً اذ أن السياحة تتطلب عدداً كبيراً من العمال من ذوي المهارات القليلة، و لكن السياحة تخلق عدداً آخر من الوظائف الإدارية المتخصصة، وغالباً ما يتم سد هذا القطاع من قطاعات العمل الأخرى في الإقليم أو جلبها من الخارج. ولما كان عدد من الوظائف بأخذ شكلاً موسمياً (يشمل البوابين، الحراسة إعداد الطعام والشراب) فليس من المستغرب إن تجد المرأة عضواً عاملاً في ميدان السياحة.

4- إن العمالة المؤثرة في السياحة غالباً ما تكون مستعارة، فهي تجتذب عمالها من القطاعات الاقتصادية الأخرى، لاسيما سكان الريف. وعلم هذا فأن هذا البناء من الأيدي العاملة لا يشكل أساساً مفيداً في قوة العمل، الأمر الذي يؤدي إلى خلق صعوبة في قياس الأثر الحقيقي للسياحة على العمالة. كما أن تأثير السياحة على هذا الجانب يذهب أبعد من مناطق الاستقبال. ومن ثم فإن التركيز على مناطق الاستقبال فقط يغفل مصادر العمل الأخرى. ومن ناحية ثانية، فإن العمل في السياحة يعني وقتاً إضافياً ولهذا يمكن شغله بأفراد يعملون عملاً إضافياً، ونتيجة لذلك فإن السياحة تقدم فائدة كاملة لأولئك اللذين يعملون بالفعل، ولكن ذلك لا يؤدي إلى التقليل من معدلات البطالة، ومن ناحية ثالثة، فإن بعض الأفراد يتركون حرفهم من أجل العمل في ميدان السياحة، وربما يحدث ذلك خلال إجازات العمل في القطاعات الأخرى. كما يمكن سد هذه الفجوة بالعمالة الوافدة . وهو أمر لا يؤخذ به عند تنمية السياحة في أية منطقة.

5- إن معظم العمالة في السياحة تتسم بالموسمية وهي شيء مفيد للذين يتطلعون إلى عمل موسمي، كما هو الحال بين الطلاب وربات البيوت وأصحاب العمل

الإضافي، ومن جانب آخر فإن العمل الموسمي يؤدي إلى سلبيات فهو يجتذب قوة العمل الهامشية وهذا لا يشجع على الحركة بعيداً عن القطاعات الأكثر إنتاجاً.

العاملون في القطاع السياحي الفلسطيني:

تبرز أهمية السياحة بقوة في فلسطين والدول النامية بشكل خاص، بحيث نلمس آثارها في مجالات حياتية مختلفة أبرزها المجال الاقتصادي. فتوسع السياحة لدى هذه الدول له تأثير واضح على اقتصادياتها، لأنها عملية تطور، يتبعها توسع في الصناعة كنتيجة للنمو الزراعي، وتوسع في الخدمات كنتيجة للنمو الصناعي، ونظراً لخواصها السياحية فإنها تصبح مولداً للاقتصاد المتقدم (ابو رباح، 1998، ص 3).

ويلعب القطاع السياحي دوراً رئيسياً في تشكيل الدخل القومي في فلسطين، فضلاً عن أنه يستوعب في الظروف العادية أعداداً كبيرة من الأيدي العاملة، الأمر الذي يساهم في توفير فرص عمل للعاطلين عن العمل، ويفتح مجالات جديدة لم تكن موجودة أصلاً قبل هذا النشاط الخدمي الجديد، مما يحقق أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية المرجوة (حماد، 2003، ص 64). وفيما يخص العمالة في القطاع السياحي الفلسطيني فإنه من الصعب يمكن تحديد أعداد العاملين في هذا القطاع الحيوي نتيجة العديد من العوامل لعل من أهمها (الخواجا، 1997، ص 55):

1- التعقيدات السياسية والأمنية التي تشهدها الأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة.

2- استثناء مدينة القدس من احصاءات الضفة الغربية.

3- دمج احصاءات العاملين في هذا القطاع مع قطاع التجارة.

4- تداخل السياحة بالقطاعات الأخرى، مما أدى إلى صعوبة تصنيف العاملين في السياحة بشكل مباشر، والعاملين فيه بشكل جزئي من خلال القطاعات الأخرى.

هذا وقد بلغ مجموع العاملين في قطاع الفنادق والمقاهي السياحية منتصف العام 1987 حوالي 1100 عامل موزعين حسب مكان العمل على النحو التالي: العمالة في الفنادق 770 عامل بنسبة 70٪، وفي المطاعم 250 عامل بنسبة 22.7٪،

وفي المقاهي 80 عامل بنسبة 7.3٪ (حماد، 2003، ص 65). وقد بلغ عدد العاملين في المنشآت السياحية في الضفة الغربية والقدس وقطاع غزة 5297 عاملاً كما يوضحها الجدول التالي:

جدول '3'

بلغ عدد العاملين في المنشآت السياحية في الضفة الغربية والقدس وقطاع غزة 2000

المنشآت السياحية	الضفة الغربية		القدس		قطاع غزة		المجموع الكلي	
	العدد	عدد العاملين	العدد	عدد العاملين	العدد	عدد العاملين	العدد	عدد العاملين
الفنادق السياحية	61	921	46	959	12	225	119	269
المطاعم السياحية	53	414	9	91	18	213	80	718
مكاتب السياحة والسفر	92	285	35	172	32	153	159	610
الإدلاء السياحيون	-	103	-	110	-	-	-	213
شركات النقل السياحي	2	22	12	231	-		14	253
متاجر التحف الشرقية	6	419	85	436	-	-	161	855
الملاهي والمتنزهات	5	79	-	-	-	-	5	79
مشاغل خشب الزيتون	76	235	-	-	-	-	76	235
مشاغل الزجاج الخليلي	8	41	-	-	-	-	8	41
مصانع السيراميك	12	69	-	-	-	-	12	69
مشاغل الصدف	26	128	-	-	-	-	26	128
المجموع الكلي	411	2707	187	1999	62	591	660	5297

المصدر: عبد القادر إبراهيم حماد، الضفة الغربية لنهر الأردن دراسة في جغرافية السياحة، ص66.

يشير الجدول رقم 3 الى ما يلي:

- بلغ عدد العاملين في المنشآت السياحية في نهاية العام 2000 في الأراضي الفلسطينية (الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس) 5297 عامل.

- يتبين من الجدول رقم 3 أن أكثر من 88.1٪ من عدد العاملين في المنشآت السياحية يتركزون في الضفة الغربية، مقابل 11,2 في قطاع غزة، بينما استأثرت القدس وحدها بأكثر من 37.7٪ من العاملين في المنشآت السياحية.
- تأتي العمالة في الفنادق السياحية في المرتبة الأولى، يليها العمالة في متاجر التحف الشرقية، ثم المطاعم السياحية فمكاتب السفر والسياحة.
- وتمثل العمالة في الأنماط السابقة من المنشآت السياحية 8.8٪ من إجمالي العمالة في المنشآت السياحية بينما تكون 75٪ في الضفة الغربية، و 82.3٪ في القدس.
- كما يفتقر قطاع غزة إلى العمالة في المشغلات اليدوية السياحية أو الملاهي أو المنتزهات، وذلك بسبب افتقار القطاع إلى أية أنشطة سياحية حقيقية، وعدم وجود إستراتيجية فلسطينية فاعلة للنهوض بالقطاع السياحي، ناهيك عن الممارسات الدولة الكيان الصهيوني في فلسطينية الاحتلالية لتقويض أية محاولات للنهوض والاستقلال الاقتصادي في الأراضي الفلسطينية بصورة عامة قطاع غزة، على وجه، الخصوص، لإبقائه تابعاً للاقتصاد الاسرائيلي وخاضعاً للهيمنة الدولة الكيان الصهيوني في فلسطينية، علاوة على افتقار القطاع لخبراء ومختصين في القطاع السياحي.

وحسب إحصائيات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني لعام 2000 فقد بلغ عدد العاملين في قطاع التجارة والمطاعم والفنادق، وفي الأراضي الفلسطينية بلغت النسبة 19,4٪ من إجمالي الأيدي العاملة الفلسطينية (478769) عاملاً. وبلغت نسبة العاملين في الضفة الغربية في نفس القطاعات خلال نفس الفترة 20,5٪ من إجمالي عدد العاملين البالغ عددهم 319205 عاملاً. وفي قطاع غزة 16,1٪ من إجمالي عدد العاملين البالغ عددهم 116125 عاملاً (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2001، ص59).

أما عن عمالة النساء في القطاع السياحي الفلسطيني فنجد أن النتائج التي توصلت إليها دراسات مختلفة حول السياحة في الأراضي الفلسطينية تشير إلى انخفاض

نسبة العاملات في قطاع السياحة في حين تشكل نسبة الذكور الغالبية العظمى، فقد بينت دراسة أجريت في العام 1988 عن الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية لعمال الفنادق والمطاعم والمقاهي في الأراضي المحتلة عن انخفاض نسبة العمل النسائي والتي بلغت 3,4٪ مقابل 96,6٪ للذكور، (حزبون وآخرين، 1988، ص121). كما بينت دراسة في جغرافية السياحة في منطقة أريحا والبحر الميت أجريت خلال عامي 1988 – 1999 أن نسبة الذكور مقارنة بالإناث في أريحا بلغت 95٪ للذكور مقابل 5٪ للإناث (قيصي، 2000، ص75). وبلغت نسبة العاملات في القطاع السياحي في العام 2000 أقل من 200 عاملة من إجمالي عدد العاملين في القطاع السياحي، أي ما نسبته حوالي 3٪ من إجمالي العاملين، (حماد، 2003،ص 68).

السياحة والمستوى العام للأسعار:

السياحة كغيرها من القطاعات الإنتاجية يزداد فيها الإنتاج تبعاً لزيادة الاستهلاك، وبذلك تميل الأسعار إلى الارتفاع نتيجة ارتفاع مستوى المعيشة، وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات (عبد السميع، بدون تاريخ، ص 41).

كما يؤدي رواج وازدهار الحركة السياحية، في منطقة ما، إلى زيادة واضحة في معدلات الإنفاق السياحي، الأمر الذي يترتب عليه زيادة ملحوظة في أسعار مختلف السلع والخدمات المتوفرة في المنطقة. وتميل أسعار السلع والمنتجات المختلفة المعروضة في أسواق المنطقة السياحية إلى الارتفاع، خاصة مع تزايد إقبال السياح عليها، وتحديداً زيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات، سيما أن تجار التجزئة يعمدون إلى رفع أسعارهم، خاصة في فترات الذروة في الموسم السياحي، وهم على استعداد لدفع إيجارات وضرائب عالية مما ينعكس بدوره على الزبون من خلال رفع الأسعار؛ حيث يعاني السكان المحليين عادة من هذا الارتفاع في الأسعار الأمر الذي يضطرهم في كثير من الأحيان إلى شراء احتياجاتهم من المناطق الريفية المجاورة، والتي تكون عادة أسعارها أقل من المدينة. ولا يقتصر الأمر على ذلك، بل يتعداه إلى تغير في أنماط استخدام الأرض مع تحول كثير من الاستخدامات الزراعية إلى استخدامات سياحية،

وما يترتب على ذلك من تغير في أسعار الأرض أو قيمتها الايجارية (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 172). وتميل أسعار وقيمة الأراضي إلى الارتفاع بدرجات متباينة، نتيجة زيادة الطلب عليها لإقامة المنشآت السياحية ومراكز الخدمات المختلفة، إذ أن النمو في صناعة السياحة يؤدي إلى زيادة الطلب مع الأراضي، وهذا ينعكس على حركة البناء والتشييد وارتفاع تكاليفها، مما يؤدي في النهاية إلى ارتفاع في أسعار المباني والقيمة الإيجارية للوحدات السكنية الجديدة، مما يؤدي إلى زيادة معاناة السكان المحليين، جراء الزيادة في الأسعار في مجتمعاتهم، لتشكل مشكلة يعاني منها هؤلاء السكان كنتيجة مباشرة لرواج صناعة السياحة. وثمة مشكلة أخرى تتعلق بأسعار الأراضي، هي قيام بعض ملاكها أو القادرين على الشراء بحبسها عن التداول إلى حين ترتفع أسعارها. ومن أبرز الأمثلة التي تمت لمواجهة هذا الإجراء، ما تم من جانب الحكومة الفرنسية عند تخطيطها لمشروع لانجدوك – روسييون، حين قامت بشراء الأراضي سراً قبل أن تعلن عن المشروع، لتمنع حركة المضاربة التي تثير تضخماً في قيمة الأرض. لذلك فإنه من الضروري أن تكون هناك سياسية حكومية واعية تحقق الموائمة بين ظروف العرض والطلب لجميع السلع والخدمات السياحية، حتى لا يؤدي ذلك إلى حدوث آثار سلبية ضارة بصناعة السياحة (عبد السميع، بدون تاريخ، ص 41).

السياحة مصدر للإيرادات:

تستطيع الدولة أن تحقق زيادة كبيرة في إيراداتها العامة عن طريق السياحة، وذلك من خلال تحصيل أنواع مختلفة من الرسوم والضرائب التي تفرض على الأنشطة السياحية والخدمات المرتبطة بها مثل: رسوم التأشيرات لدخول الدولة ورسوم الهبوط والإيواء التي تحصل عليها الطائرات القادمة، وكذلك السفن البحرية وما شابه ذلك، إضافة إلى الرسوم التي تحصلها الدولة على تذاكر السفر والملاهي والمحلات العامة، وفواتير الإقامة بالفنادق، وكذلك الضرائب التي تفرضها الدولة على مختلف المنشآت السياحية والفندقية، فتصبح بذلك صناعة السياحة صناعة مربحة ومفيدة، ومصدر هام للإيرادات تستطيع الدولة من خلاله القيام بمشروعات عملاقة في قطاع السياحة،

وفي مجالات أخرى عديدة، مما يؤدي إلى مضاعفة هذه الإيرادات السياحية التي تحققها الدولة بصفة عامة (عبد السميع، بدون تاريخ، ص 40).

تنشيط الحركة التجارية في المناطق السياحية:

يؤدى الازدهار في صناعة السياحة القادمة إلى الإقليم إلى ازدهار وتنشيط الحركة التجارية في الإقليم، بصورة عامة، وفي المناطق السياحية، بصورة خاصة. ويؤدي نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الطلب على احتياجات السائحين من طعام وشراب وهدايا تذكارية وخدمات، الأمر الذي يخلق رواجاً كبيراً في هذه المناطق نتيجة لتلبية الطلب المتزايد للسائحين فتزداد تبعاً لذلك حصيلة الإيراد السياحي، فينشط الاقتصاد القومي كله. وبذلك ترتبط الحركة التجارية بالحركة السياحية ارتباطاً قوياً، وينعكس أثر ذلك اقتصادياً واجتماعياً على الدولة، فكلما زادت الحركة السياحية في أي منطقة كلما انعكس ذلك على تنشيط الحركة التجارية بها بصفة عامة (عبد السميع، بدون تاريخ، ص41).

أثر السياحة على الدخل:

لتحديد أثر السياحة على الدخل لابد من إلقاء الضوء على العامل الأول المؤثر في ذلك، وهو الإنفاق السياحي، أي ما ينفقه السائح في مقابل الإقامة ومختلف الخدمات التي توفر له، والهدايا التذكارية التي يشتريها. ويجب الأخذ في الاعتبار أن الإنفاق السياحي لا يتجه بكامله إلى الإنفاق السياحي المضيف، أو إلى الدولة المستقبلة للسياح؛ حيث تسدد قيمة بعض عناصره خارج الإقليم أو الدولة (قيمة تذاكر السفر إلى المكان المقصود) وكذلك الحال بالنسبة لقيمة بعض الخدمات اللازمة لبعضها، والمجلوبة من خارج الإقليم أو الدولة السياحية ويدخل في هذا الإطار أيضاً المنتجات الأجنبية المستوردة للقطاع السياحي، وقيمة الفوائد التي تسدد على الاستثمارات الأجنبية في قطاع السياحة القومي، مما يعني في النهاية أن الدخل من قطاع السياحة يقل في معظم الأحوال عن قيمة الإنفاق السياحي. وتوجد حالات لبعض الدول يزيد فيها الدخل السياحي عن حجم الإنفاق السياحي داخلها، وذلك بالنسبة للدول التي توفر خدمات سياحية لغيرها من الدول أو الأقاليم السياحية المجاورة كما هو الحال بالنسبة

لفرنسا والنمسا وإيطاليا وأسبانيا وسويسرا وبريطانيا واليونان بصورة خاصة. ويمكن حصر صافي الدخل السياحي بطريقة أخرى عن طريق إيجاد الفرق بين قيمة الإنفاق السياحي داخل الدولة، وما أنفقه السياح من مواطني نفس الدولة في الدول الأجنبية (الزوكة، 1996، ص265).

ويمكن تقسيم دول العالم إلى ثلاث مجموعات رئيسية هي (الزوكة، 1996، ص 271 – 272):

- **المجموعة الأولى: دول سياحية رئيسية**: وتضم دول هذه المجموعة الدول التي حققت أعلى دخل سياحي بين دول العالم والتي لم يقل دخل كل منها عن 1,5 مليار دولار أمريكي عام 1986. وتضم هذه المجموعة واحدة وعشرين دولة يأتي في مقدمتها الولايات المتحدة وأسبانيا وإيطاليا وفرنسا، والمملكة المتحدة. ويمكن أن يطلق على هذه الدول أسم "الدول الخمس السياحية الأكبر في العالم". ويلاحظ أنها تركز في قارتي أوروبا وأمريكا الأنجلوسكونية، وهما نفس القارتين اللتين تنتمي إليها معظم دول هذه المجموعة.
- **المجموعة الثانية: دول سياحية متوسطة**: تشمل الدول التي لم يقل دخلها السياحي عن مليار دولار أمريكي عام 1986، وهي ست دول تتمثل في: اليابان وتايلاند والهند وتركيا واستراليا، وبهاما وكلها دول آسيوية باستثناء الدولتين الآخريتين.
- **المجموعة الثالثة: دول سياحية نامية**: وهي دول إما سياحية تقليدية في حدود إمكاناتها، وإما دول بدأت تخطو خطوات جادة على طريق تنمية صناعة السياحة فيها، ودول هذه المجموعة لم يقل الدخل السياحي لكل منها عن 500 مليون دولار أمريكي عام 1986. ويبلغ عددها ستة عشرة دولة تتوزع على قارات أوروبا، آسيا، أفريقيا، وأمريكا اللاتينية.ويأتي في مقدمتها النرويج وفنلندا وفلسطين المحتلة والمغرب ومصر وبورتوريكو والفلبين وايرلندا.

أما باقي دول العالم ذات العرض السياحي فيقل دخلها السياحي عن الحدود السابق دراستها في نطاق المجموعات الثلاث السابقة، مما يعني أنها ذات إمكانيات سياحية محدودة، وأما عدم وجود اهتمام كاف بالأنشطة السياحية فيها.

- **بعض مشكلات الاعتماد الاقتصادي الكبير على السياحة:**

ينتج عن الاعتماد الاقتصادي الكبير أو شبه الكامل على السياحة، وما يرتبط بها من خدمات في بعض الدول أو الأقاليم السياحية عدة مشكلات تؤثر على السكان والمنشآت فيها بأية هزة يتعرض لها الطلب السياحي الذي يشكل أحد أسس صناعة السياحة، وهو أساس لا تملك أقاليم ودول العرض السياحي القدرة على التأثير المباشر فيه، فالسياحة صناعة حساسة تتأثر بسرعة كبيرة بالعديد من المتغيرات كتغير الأسعار وتذبذب أسعار العملات وأسعار الطاقة، تغير الذوق أو النمط السياحي العام والأحداث السياسية العالمية والتغيرات الاقتصادية الدولية (الزوكة، 1996، ص 284).

ومن أحسن الأمثلة على تأثير إقليم أو دولة سياحية بتغير النمط السياحي العام المطلوب عالمياً وأكثرها وضوحاً في إمارة موناكو كنتيجة لعدم قدرتها على توفير العرض السياحي الذي يتفق مع الطلب السياحي الأكثر شيوعاً في العالم، والمتمثل في السياحة الجماعية التي يشارك فيها أفراد الطبقة الوسطى الأكثر عدداً (الأفندي، بدون تاريخ؛ ص 31).

والمعروف أن إستراتيجية السياحة في موناكو قائمة على استقبال الموسرين أصحاب الدخول المرتفعة مما أدي إلى تناقص ملحوظ في أعداد السياح الوافدين إليها (الزوكة، 1996، ص 284)، وهذا أدى بدوره إلى تناقصاً ملحوظ في منشآت الإقامة حيث تراجعت الفنادق السياحية إلى 31 فندقاً كبيراً بطاقة إجمالية قدرها 1650 غرفة، خلال عقد السبعينات من القرن الماضي، بعد أن كانت حوالي 70 فندقاً كبيراً بطاقة إجمالية قدرها 2580 غرفة عام 1959. وتبلغ الكثافة الحالية للغرف في الفنادق الكبرى بموناكو

حوالي 58,9 غرفة لكل ألف من السكان، وهي من أعلى كثافات الغرف السياحية في العالم (الأفندي، بدون تاريخ، ص 31).

كما يؤدي ارتفاع أسعار صرف عملات، بعض دول العرض السياحي، إلى تناقص ملحوظ في إعداد السياح الوافدين إليها، نتيجة تناقص القدرة الشرائية للعملات التي لديهم، وهو نفس ما يحدث في الأقاليم السياحية التي يقع فيها أو بالقرب منها اضطرابات سياسية تؤثر على مستوى الأمن والأمان السائدين حيث يتجنب السياح الاتجاه إلى مثل هذه الأقاليم ويتجهون إلى أقاليم سياحية آخري بديلة (الزوكة، 1996، ص 285).

وينتج عن مثل هذا التحول في الطلب السياحي مشكلات عديدة في كلا النمطين من الأقاليم، أي الأقاليم التي تحول عنها السياح، وتلك التي يتجهون إليها كبدائل متاحة، فالنسبة للأقاليم الأولى ينتج انخفاض في مستويات التشغيل في كل المؤسسات الفندقية والسياحية ومراكز الخدمات وانكماش فرص العمل، وانخفاض الدخول. أما الأقاليم الثانية أو المستقبلة للسياح فيتوقف حجم مشكلاتها الناتجة عن الوضع الجديد على مستوى طاقتها الفندقية وحجم منشآتها والتي تحدد قدرتها على استقبال السياح الجدد، ومستوى الخدمات التي تؤمن لهم (الأفندي، بدون تاريخ، ص 32).

ثالثاً: الآثار الاجتماعية للسياحة:

السياحة نشاط إنساني بالدرجة الأولى، وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة التي تتمتع بالمغريات وعناصر الجذب السياحية، فتؤثر فيها سلباً وإيجاباً لأنها تقوم على التفاعل المباشر بين ثلاثة أطراف هي (عبد السميع، 1993، ص 34):

أ. السائح "Tourist".

ب. البيئة الاجتماعية "Social Environment".

ج. أفراد المجتمع المضيف "Host Society".

فالسائح باتجاهاته ورغباته وميوله ومعتقداته الشخصية وسلوكياته الاجتماعية وأفكاره التي يتبناها ويؤمن بها، وطبقته الاجتماعية التي شكل وثقافاته المختلفة التي

اكتسبها من خلال مراحل حياته حينما يقوم بزيارة سياحية لأية دولة أو منطقة، وبتكرار زياراته لها، ينشأ نوعاً من التآلف والاندماج بينه وبين أفراد المجتمع في دولة الزيارة، قد تكون تآلفاً لغوياً، أي استعداد كل منهما لتعلم بعض كلمات من لغة الآخر، وتآلفاً ثقافياً أي التعرف على ثقافات المجتمع المضيف وتتبع إنجازاته وتطوره في هذا المجال، بالإضافة إلى إطلاع هذا المجتمع على الثقافات الأجنبية الوافدة من خلال هؤلاء السائحين بما يحملونه من أفكار واهتمامات، وما يحتاجون إليه من خدمات سياحية عديدة توضح اتجاهات ومحاور هذه الثقافات. وقد يكون تآلفاً سلوكياً يتمثل في تقليد السائحين لسلوك بعض أفراد المجتمع في بعض المواقف والحالات بحيث يكتسبون في النهاية عادات وتقاليد هذا المجتمع، كذلك فإن أفراد المجتمع المضيف يكتسبون من خلال تعاملهم ومشاهداتهم للسائحين في أماكن تواجدهم وإقامتهم بعض الجوانب الاجتماعية، وذلك في إطار البيئة الاجتماعية الأساسية لهذا المجتمع، فتكون المحصلة النهائية لهذا التأثير المتبادل بين هذه العناصر الثلاثة: السائح والبيئة الاجتماعية والمضيف هي حدوث بعض الآثار الاجتماعية الإيجابية والسلبية (عبد السميع، 1993، ص 35). وتتضمن الدول في إطار سياستها القومية وسائل الاستغلال وقت الفراغ مستهدفة من ذلك الحفاظ على الأخلاقيات العامة، إلا أنه ليس من السهل القيام بمثل هذا العمل نظراً لما قد يحدث أحياناً من صراع بين التحفظ والتجديد أو التقدم، ومع أنه يصعب تقدير العلاقات الإنسانية الناجمة عن الاتصالات السياحية، إلا أنه ثمة فوائد اجتماعية من السياحة، لا تأتي من ممارسة أي صناعة أخرى.

وتتمثل الآثار والفوائد الاجتماعية المترتبة على السياحة في الآتي:

1- تنمية الأذواق واقتباس الثقافة:

لكل مجتمع بشري ثقافته الخاصة المتميزة التي تختلف في مجموعها عن ثقافة أي مجتمع آخر (الجوهري، 1982، ص97)، وقد جرت العادة على امتداد التاريخ الإنساني على وجود قدر من الاتصال الثقافي والتأثير المتبادل بين الدوائر الثقافية، والثقافات

المختلفة، سواء المتبادل، بين الدوائر الثقافية والثقافات المختلفة سواء عبر الزمان أم المكان، وذلك أن الثقافة كيان مستمر لا يعرف الانقطاع.

وتعتبر السياحة، وسيلة اجتماعية حضارية لتنمية الثقافة بين شعوب ومجتمعات الدول السياحية؛ حيث تكتسب هذه الدول المعارف والخبرات والمهارات الثقافية المختلفة من سائحي الدول القادمين إليهم كاللغة والأفكار السليمة البناءة.

ومعنى ذلك أن للسياحة مغزاً ثقافياً، لأنه قد يحدث تفاعل فكري بين السائحين الزائرين للمنطقة السياحية أو الأثرية وبين المواطنين المثقفين المقيمين بتلك المنطقة، مما يترتب عليه إثراء ثقافي، قد يكون محدود في كثير، من الأحيان، لكل من السائحين والمواطنين معاً، لذا يجب استثمار مثل هذه التفاعلات وتوجيهها بشكل إيجابي لصالح أفراد المجتمع. كما أن النشاط السياحي غالباً ما يصاحبه تفاعل وإثراء ثقافي لكلاً من السائحين، وسكان المناطق السياحية بالدولة المضيفة؛ حيث يحرص السائح على التعرف على فكر سكان هذه المناطق وأسلوب حياتهم والأماكن السياحية والأثرية بهذه المناطق وتاريخها الحضاري.

ومن الممكن أن تضر السياحة بالهيكل الاجتماعي للدولة إذا لم تدرك المشاكل التي يمكن أن تنجم عن تفاعل الثقافات المختلفة التي تتباين في الغالب بسبب اختلاف القيم الاجتماعية في مختلف البلاد، كما أن الاختلاف في العادات والتقاليد وطرق التفكير، قد يؤدي إلى هزة ثقافية يمكن أن تؤدي إلى هدم صناعة السياحة أو إشاعة البلبلة في النفوس، وتلك مشكلة يجب على الدولة والهيئات المتخصصة التصدي لها، هذا على الرغم من أن السياحة تساهم في تحقيق ثقافة أفضلة للجماهير من خلال اختلاطهم بزائرين من الدول الأخرى. وعن طريق اتصالهم مع مختلف الثقافات وطرق الحياة الأخرى، ويمكن على العموم اعتبار أن السياحة عاملاً من عوامل التوازن الاجتماعي، إذ أن عملية انتقال السائحين المواطنين والأجانب على حدٍ سواء، إلى مختلف مناطق البلد من شأنها تسيير التوافق الاجتماعي بين مختلف الأجناس

والأديان وسكان الحضر والريف، ووجود جسور العلاقات الطيبة والتعاون بين الأمم نتيجة الاحتكاك والاختلاط المباشر (حمود، بدون تاريخ، ص 126).

2- تنمية وتطوير المناطق الأقل تقدماً في الدولة:

تساهم السياحة في تنمية وتطوير المناطق الأقل تقدماً في الدولة، وذلك عن طريق إقامة أنواع مختلفة من الخدمات اللازمة للسياح.

ولا شك أن النشاط السياحي إلى المناطق الريفية والأقاليم يكون أكثر وضوحاً بالمقارنة بأثره في المدن الكبرى. كما يمكن القول بأن انتشار النشاط السياحي في الأقاليم المختلفة للدولة يساعد على التخفيف من ضغط الطلب السياحي على المدن الكبرى، خاصة أن موارد هذه المدن تعاني من زيادة الطلب عليها لتركز نسبة كبيرة من السكان بها، أي أن السياحة تفيد في التوازن والتكامل الإقليمي، وتعمل على زيادة النمو العمراني، وتحسين المرافق الأساسية والمباني والطرق والتسهيلات الخدمية وعلى الأخص في المناطق النائية.

3- توزيع الثروة على المستوى العالمي:

تعد السياحة من أهم العوامل الفعالة في توزيع الثروة على المستوى العالمي، فالسياحة تعتبر نشاطاً اجتماعياً لذوي الدخل الفائض الأمر الذي يزيد كثيراً من تدفق السياحة الأجنبية من الدول الغنية إلى ما دونها من الدول، لذلك نجد أن نسبة كبيرة من السياحة الأجنبية تولي وجهها شطر الدول النامية، التي تعد أكثر اجتذاباً للسياح. ومن هنا يبرز دور السياحة في إعادة توزيع الثروات بين الدول المتقدمة والنامية، وكما توقع العالم الأمريكي "جون نيزبت" فإن اقتصاد العالم في القرن الحادي والعشرين تقوده ثلاث صناعات خدمية هي: صناعة الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات، وصناعة خدمات السفر والسياحة (السيسي، بدون تاريخ، ص 59).

4- التطور الاجتماعي:

ينشأ التطور الاجتماعي بين أفراد المجتمع في الدول المستقبلة للسائحين نتيجة للاحتكاك المباشر بين السائحين أنفسهم وأفراد المجتمع سواء في أماكن الإقامة كالفنادق

وغيرها أو في وسائل الانتقال المختلفة أو في محلات العاديات والسلع السياحية أو أثناء التجول في المناطق والمزارات السياحية، أو غير ذلك من الأماكن، التي يكون فيها اتصال السائح بأبناء الدولة اتصالاً مباشراً. ويأخذ هذا التطور أشكالا وصوراً كثيرة مثل اكتساب أفراد المجتمع لعادات وقيم سليمة من السائحين كاحترام القوانين والنظم التي تصدرها الدولة وآداب السلوك والتعامل مع الآخرين، كذلك الصدق والأمانة والإخلاص والنظافة وحب الاستطلاع والمعرفة والاعتماد على العلم في مختلف أمور الحياة، إلى غير ذلك، من الجوانب الاجتماعية الهامة. كما تعمل السياحة على تقليل الفوارق بين دول الأفراد مما يحقق التطور الاجتماعي، (عبد السميع، 1993، ص 36).

5- النمو الحضاري:

تعمل السياحة على زيادة الاهتمام بالقيم والمعالم الحضارية والفنية وفي الدول التي تستقبل السائحين، حيث تهتم هذه الدول بإقامة المسارح، والملاهي، ودور الأوبرا، وصالات العرض الكبرى، ودور السينما، إضافة إلى المعالم الحضارية الأخرى التي ترتبط بحركة النمو والازدهار السياحي، كما الحال في كثير من الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث تمكنت من تحقيق التوازن الحضاري في كثير من مناطقها السياحية، مما أدى إلى تقدمها ونموها حضارياً (عبد السميع، 1993، ص 36):

6- تأثير السياحة على السكان:

يتبع الرواج الاقتصادي الذي يصاحب ازدهار أنشطة السياحة في إقليم محدد تزايد حجم سكانه كنتيجة لإيجاد السياحة للعديد من الوظائف وفرص العمل التي يسعى إليها الأفراد سواء من الأقاليم الريفية المجاورة لشغل الوظائف التي لا تحتاج إلى مهارة محددة، أو من المدن لشغل الوظائف التي تحتاج إلى مهارات خاصة، أو مستوى ثقافي مرتفع مما ينشط حركة الهجرة إلى تلك الأقاليم (الزوكة، 1996، ص 297).

ويتبع تزايد السكان في الأقاليم السياحية ارتفاع ملحوظ في كثافة السكان بها، خاصة إذا تم الربط بين حجم السكان المحليين والسياح الوافدين على مستوى شهور السنة المختلفة.

على العموم، تتباين كثافة السكان في الأقاليم السياحية مكانياً وزمانياً تبعاً لحجم السكان في الأقاليم المضيفة ومساحتها وإمكاناتها السياحية، بالإضافة إلى حجم أفواج السياح وطبيعة أنشطة السياحة فيها. وتسهم السياحة في نشاط حركة الهجرة الوافدة إلى الأقاليم السياحية. وهي ظاهرة حدثت في أسبانيا وايطاليا حيث شهدت القرى ومراكز السياحة المنتشرة حول البحيرات في نطاق مرتفعات الألب الإيطالية تدفق أعداد كبيرة من المهاجرين من أقاليم إيطاليا المختلفة للاستقرار فيها، إلا أن تأثير صناعة السياحة يتجاوز هذا الحد إلى التأثير في مجال الهجرة الدولية للسكان. وتتمثل في الاستعانة بمراكز السياحة ومؤسسات الإقامة في بعض الأقاليم السياحية بخبرات أجنبية لتنظيم هذه الصناعة، أو لإدارة مؤسساتها المختلفة لعدم توافر مثل هذه الخبرات محلياً. كما هو الحال في العديد من دول العالم الثالث، (الزوكة، 1996، ص 300). وتتمثل التحركات السكانية بين الدول نتيجة لصناعة السياحة في الهجرة من دول المغرب العربي إلى جنوب أوروبا، وخاصة فرنسا للعمل ببعض الأنشطة ومنها المرتبطة بالسياحة.

وتعمل السياحة على تحول أعداد كبيرة من القوى العاملة في قطاعات الإنتاج المختلفة للعمل بها أو بمراكز الخدمات المرتبطة بها، وهي ظاهرة تبدو واضحة في نطاقات السياحة والترويح في مصر، كما تؤدي تزايد أعداد المرتبطين بالسياحة إلى تغير هيكل التركيب الاقتصادي لسكان الأقاليم السياحية بعد ازدهار صناعة السياحة عن مثيله قبل ذلك.

وتؤدي الأنشطة السياحية، إلى ارتفاع نسبة العاملين من الإناث إلى جملة العاملين في معظم الأقاليم السياحية؛ حيث تستقطب بعض أنشطة السياحة والفندقة ومراكز الخدمات المرتبطة بها أعداد كبيرة من الإناث للالتحاق بها، وخاصة بالوظائف التي لا تحتاج إلى مهارة كما في بعض الأعمال الفندقية والمطاعم، بالإضافة إلى مجالي الإرشاد السياحي ومحلات بيع العاديات والهدايا، وهي ظاهرة يمكن ملاحظتها بسهولة في معظم الأقاليم السياحية.

7- تأثير السياحة على النواحي الصحية:

يعتبر المستوى الصحي بعداً ثقافياً له علاقة كبيرة بالسياح، إذ يمثل مستوى الخدمات الصحية في أقاليم العرض السياحي عامل جذب لا يمكن التقليل من شأنه، خاصة أن الأروبيين مع الأمريكيين يشكلون القطاع الأكبر من السياحة الدولية يحرصون على الالتزام بالضوابط الصحية في أسلوب حياتهم حتى خلال رحلاتهم السياحية مما يجعلهم من أكثر الفئات تأثراً بهذا العامل في توجهاتهم المكانية،وأكثرهم لجوءاً إلى الأخصائيين الطبيب لاستشارتهم عند ظهور أية أعراض صحية غير المعتادة، مما يجعلهم يشكلون عملاء للأطباء حتى خلال رحلاتهم السياحية، مما يعني أنهم يشكلون مصدر دخل إضافي لهم. ولا يمنع ذلك من الإشارة إلى، إمكانية نقل السياح للأمراض، ومعنى ذلك أن السياحة تعمل على رفع مستوى الخدمات السياحية في الأقاليم المضيفة، يمكن أن تكون هي نفسها سبباً في انتشار الأمراض.

ولا يمكن إغفال نمط السياحة العلاجية من هذا البعد إذ تتوطن مراكزها أو منتجعاتها في الأقاليم التي تتوافر فيها المناخات جيدة والخصائص، أو مصادر المياه المعدنية الطبيعية أو المواقع الهادئة البعيدة عن مصادر التلوث، وخاصة الأقاليم الجبالية عالية المنسوب.

أدت السياحة إلى تغيير أنماط الغذاء في العديد من أقاليم العرض السياحي، إذا انتشرت محلات الوجبات السريعة والجاهزة التي يقبل عليها السياح بحكم تعودهم عليها في الأقاليم لذلك تهتم أقاليم العرض السياحي بتوفيرها، وكثيراً ما يكون ذلك على حساب وجبات غذائية تقليدية (الزوكة، 1996، ص307).

8- السياحة والجرائم:

اشتركت صناعة السياحة المزدهرة، مع عوامل أخرى، عديدة، في إحداث تغير في السلوك الأخلاقي، العام في بعض أقاليم العرض السياحي، التي ارتفعت فيها معدلات الجرائم، وخاصة، جرائم السرقة؛ كنتيجة لعامل الازدحام الشديد للبشر في أقاليم محددة يتردد عليها أعداد غير قليلة من السياح الموسرين عادة، والذين يشكلون

بسلوكهم وإسرافهم أحيانا عاملاً مشجعاً على الجريمة. لابد من التسليم بوجود بديهيات في هذا الموضوع لعل أهمها ما يأتي (الزوكة، 1996، ص 310 – 311):

- تتوافر الشروط المشجعة على انتشار حوادث السرقات في بعض أقاليم دول العرض السياحي، عندما يزداد الفرق في مستويات المعيشة والدخول بين دول الطلب السياحي ومناطق العرض السياحي، وتسهم الفروق في مستويات الدخول المشار إليها، في ظهور السوق السوداء، خاصة فيما يتعلق بتغيير العملات الأجنبية واستبدالها بالعملات المحلية، وهي ظاهرة واسعة الانتشار في دول العرض السياحي المنتمية للعالم الثالث.
- تتاح فرص السرقات في الأقاليم السياحية عند ارتفاع كثافة السياح وتزاحمهم، وهو ما يحدث خلاف فترات الذروة من المواسم السياحية على وجه الخصوص. ولوحظ في حالات كثيرة الارتباط الوثيق الإيجابي بين معدلات السرقة ومستوى تدفق السياح على الأقاليم المضيفة، حيث بلغ هذا الارتباط أقصاه خلال المواسم السياحية، في حين يبلغ أدناه في باقي شهور السنة، ومثال ذلك الارتباط القوي بين السرقات والسطو على المساكن والاحتيال والتي تعرف بالجرائم الاقتصادية وفترات تدفق السياح والزوار على مراكز السياحة والترويح المنتشرة في فترات تدفق الزوار الأمريكية، في حين تقل خلالها، خلال فترات تدفق الزوار والسياح الجرائم العاطفية (الانفعالية) كالاغتصاب والقتل والتهجم على المشاة.
- مواقع المنتجعات والمزارات السياحية من خطوط الحدود السياسية فكلما اقتربت مواقعها من الحدود السياسية، كلما كثرت الجرائم، وتعددت حالات السرقة، اعتماداً على إمكانية الهرب وعبور خط الحدود السياسية، وخاصة إذا كان يتفق في امتداده مع موانع طبيعية كالمرتفعات والغابات والمسطحات البحرية.

- **تأثير السياحة على العمران:**

ظهرت السياحة منذ عصور قديمة كظاهرة اجتماعية وإنسانية عرفها الإنسان منذ القدم، وتطورت بتطور حاجاته ورغباته حتى تحولت إلى حركة ثقافية واجتماعية واقتصادية، وأصبحت ذات مفهوم واضح، وتأثير ملموس في شتى مجالات الحياة.

وامتد تأثير السياحة التي أصبحت مثلها مثل أية صناعة أخرى، تقوم على مقومات أساسية تمثل عناصر الإنتاج الثلاثة وهي: الموارد الطبيعية، العمل، ورأس المال، إلى الجانب العمراني، الذي ارتبط ارتباطاً وثيقاً بهذه الصناعة، سيما وأن العمران يمثل المرآة التي تعكس جانباً من التطور والتمدن الذي يميز هذه المنطقة أو تلك، فضلاً عن التأثير المباشر على الحركة السياحية، سواء في ذلك، الأنماط العمرانية الحديثة، أو القديمة منها، والتي تمثلها المباني التاريخية والمواقع الأثرية، وما يرتبط بذلك كله من تطورات مختلفة في مجال البنى التحتية، ولقد انعكس، ذلك، بصورة مباشرة، على الوظيفة التي تؤديها المدن وعلى النمط العمراني السائد فيها، فبينما تؤدي مجموعة مدن وظيفتها كمنتجعات للسياح في أوروبا الغربية، فإن تأثير صناعة قضاء العطلة بالمدن يبين نمطاً مشابهاً في كل حالة. فمورفولوجية مدن المنتجعات تعكس وظيفتها لقضاء العطلات، ويتضح هذا بجلاء في شكلها، وبنيتها واستخدام الأرض فيها، فالمباني التي تختص بقضاء عطلات السياح، والهيكل الأساسي للمنتجع المرتبط بها محدودة بقطاع ضيق نسبياً من المدينة، مع تدرج هبوط نشاط السياح بعيداً عن بؤرة الاهتمام الرئيسية. ومع تطور هذه المدن إلى منتجعات لقضاء العطلات ظهر تكدس الأبنية، والتي تحولت عن غرضها الأصلي، فلقد أصبحت بصفة عامة عملية تراكم لنمط النمو المتأثر بالطبوغرافية (لافري، 1986ص، 176).

هذا الانعكاس لتأثير السياحة امتد، أيضاً، إلى الأراضي الفلسطينية (الضفة الغربية وقطاع غزة) حيث تعتبر فلسطين، إحدى الجهات الجاذبة للحركة السياحية الدولية والإقليمية.

وتتعدد الخصائص العمرانية الناتجة عن أنشطة السياحة وتتباين أنماطها تبعاً لمدى قوة عوامل الجذب السياحي، ومستوى الاستثمار السياحي الذي يحدد بدوره حجم أنشطة السياحة ومجالات تأثيرها على الجوانب العمرانية، وأوجدت السياحة محلات عمرانية لم يكن لها وجود من قبل، ومن أحسن الأمثلة على ذلك، المنتجعات السياحية في المناطق الجبلية والساحلية. كما أن بعضها كانت قبل عهد السياحة عبارة عن مراكز عمرانية صغيرة سرعان ما أتسع عمرانها، وتطورت حتى اتخذت أشكاله المعاصرة. ونذكر على سبيل المثال لا الحصر مرتفعات الألب في سويسرا وكذلك وايطاليا والنمسا وفرنسا، بالإضافة إلى القرى السياحية المنتشرة على طول امتداد سواحل مصر المطلة على البحرين الأوسط والأحمر، لذلك يمكن اعتبار دور السياحة في ظهور مراكز عمرانية جديدة أو تطوير مراكز كانت موجودة من قبل، لا يقل عن دور الصناعة في هذا المجال، إن لم يزد في العديد من أقاليم العرض السياحي، فيما أحدثته الثورة السياحية. ولا يمكن إغفال المدن أو المراكز الترفيهية في هذا المجال (الزوكة، 1996، ص 315).

- **ظاهرات العمران كمورد سياحي:**

تمثل ظاهرات العمران الموجودة واحدة من أهم الموارد السياحية، وهي ظاهرات مختلفة ليست على مستوى مناطق العالم، بل نجدها مختلفة في الدولة الواحدة، ويختلف العمران حسب نوع الحرف وتباين الأقاليم كما يختلف، أيضا، بتأثير الزمن (الحريري، 1991، ص98).

والمأوى الذي هو أحد المطالب الأساسية للإنسان يختلف في شكله وبنيانه وتصميمه وزخرفته بتباين الجماعات وقدراتها ومواردها من بيئاتها، وهو انعكاس للمظهر الحضاري السائد، والذي كان موجودا من قبل. ويرتبط أنواع عديدة من السياحة وأعداد متزايدة من السياح بمناطق العمران، ولكل من الريف والحضر عملاءه. كما أن نواحي الإبداع الفني البارزة على المباني القديمة وفي المدن التاريخية لها جاذبيتها السياحية، وأصبحت كثير من أنواع المدن علامات سياحية حيث تتركز

وظيفتها الأساسية في خدمة السياح، كما أن للعواصم والمدن التاريخية القديمة لها جاذبيتها لأفواج السياح.

وتتميز المناطق الحضرية بتنوع المغريات السياحية بها، وتعدد نواحي التسلية والترفيه سواء بالليل أو بالنهار. وفي هذا تنويع لأنواع التسلية التي يمكن تقديمها لأفواج السياح ذوي الاهتمامات المتباينة. كما أنه تتوفر بها ولها طرق ووسائل النقل وجوانب الخدمات، والبنية الأساسية، بصورة قد لا يتسنى توفيرها في غيرها من المناطق. ويمكن تصنيف ظاهرات العمران من وجهة النظر السياحية إلى ثلاثة أقسام هي (الحريري، 1991، ص 99):

- العمران الريفي: ومن أشهر مناطقها الريف الانجليزي.
- المدن المختلفة: وتشمل أيضاً العواصم والموانئ.
- المدن المستحدثة لأغراض الترفيه مثل "ديزني سيتي".

وتعتبر ديزني لاند من أشهر وأكبر أماكن الجذب السياحي في الولايات المتحدة، ويكون الدخول إليها ببطاقة تمثل باسبور يسمح بدخولها لأيام معينة وهو تقليد متبع (الحريري، 1991، ص99).

- **التنمية السياحية والتخطيط العمراني:**

تمثل السياحة مجالاً هاماً من مجالات التنمية، ونشاطاً بارزاً من الأنشطة الاقتصادية التي تهتم بها كثير من الدول السياحية لما تحققه من آثار ومزايا اقتصادية ملموسة ومباشرة (عبد السميع، بدون تاريخ، ص 35). لذلك فإن أي تخطيط للتنمية السياحية، يجب أن يهدف الى وضع برامج من أجل استخدام الأماكن والمناطق والموارد سياحياً، ثم تطويرها وصبغها بالجمال لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب الناظرين إليها سواء أكان ذلك بطريقة مباشرة أو عبر الإعلان السياحي، أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي (عبد القادر، 2003، ص 198-188). ويتم ذلك من خلال التخطيط العمراني، والذي هو مجال لنشاط الإنسان في البناء والتشييد والعمران، حيث يطبق في هذا المجال ما تتوصل إليه العلوم الأخرى، ولا تقام المباني أو المدن

أصلاً إلا لوجود غرض عملي تخدمه وفائدة انتفاعية تؤخذ منها، لذلك، فإن التخطيط العمراني ليس فناً نقياً يتواجد لمجرد الرضا بين السكان والمتعة التجريدية التي تؤخذ من وجودها كالشعر والموسيقى والنحت والرسم، وإنما هو فن تطبيقي وأداة من أدوات الإدارة (بدوي، 2003، ص 14).

ومن هنا كان لابد أن تتوافق التنمية السياحية مع التخطيط العمراني الشامل، لأن خطة التنمية السياحية تعتمد على بنية المرافق الأساسية وتوفرها قبل البدء في تأهيل أية منطقة وإعدادها إعدادا سياحياً كاملاً حيث تتألف المرافق الأساسية من شبكات الطرق والكهرباء والهاتف، وغيرها من المرافق الأخرى الضرورية لأية منطقة سياحية. كما أن التنمية السياحية يجب أن تحافظ على طبيعة المكان أو المركز السياحي، لأن الشكل والطابع الفني لهما أهميتهما من الناحية السياحية، ففي كثير من الأحيان تكون السلعة السياحية الحقيقية هي الموقع السياحي بطبيعته الذي يقدم إلى السياح، مع مراعاة أن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لابد من مراعاتها (عبد القادر، 2003، ص 199).

- **السياحة والنمو الحضاري:**

تعمل السياحة على تنمية الاهتمام بالقيم الحضارية في الدول المستقبلة للسائحين، مثل إقامة المعالم الفنية البارزة كدور الأوبرا وصالات العرض الكبرى ودور السينما والمسارح والملاهي، وما إلى ذلك، بالإضافة إلى المعالم الحضارية الأخرى التي تنشأ مرتبطة بحركة النمو والازدهار السياحي، كما حدث في كثير من دول أوروبا وأمريكا التي استطاعت أن تحقق التوازن الحضاري في كثير من المناطق السياحية بها، حيث أدى ذلك إلى تقدمها ونموها حضارياً (عبد السميع، 1993، ص 36).

وتبنت المدن الصناعية في كل من أوربا والولايات المتحدة مفهوما جديدا يسمى بالسياحة الصناعية الحضرية **Urban Industrial Tourism** – منذ بداية الثمانينات من القرن الماضي – لتنمية اقتصادها القومي باستخدام السياحة والمناطق الصناعية القديمة، وأعادت صياغة المخططات العمرانية لتلك المناطق لتنمية وتحديث، وإعادة

تقديم المواقع التاريخية الصناعية وتأهيلها للوظيفة السياحية ، كما أدمجت تلك المخططات بالمواقع التراثية في وسط المدينة والأسواق والمواقع الأثرية، وتبنت سياسات إعادة توظيف المباني الصناعية، وإعادة بناء الصور الذهنية والبصرية التي كانت مرتبطة بتلك المناطق، وخلق صورة سياحية جديدة جاذبة للسائحين تجسد التراث الصناعي بها، وقد أطلقت على تلك السياسات "تسويق المكان" Place Marketing"، وهي لا تعني مجرد الإعلان عن المكان للجذب السياحي، ولكن تعني إعادة التخطيط والاستخدام المرشد للمكان، والذي يعتمد على القيمة التاريخية والتراثية له، وتميزها واختلافها في المضمون الاجتماعي والاقتصادي والثقافي عن غيرها. ولقد أثمرت سياسات "تسويق المكان" وإعادة بناؤه العديد من الإيجابيات ليس فقط من المنظور السياحي والاقتصادي ولكن الاجتماعي والإنساني أيضا (إمبابي، 2005)، فالسياحة تعمل على إحياء التقاليد المعمارية المحلية مع احترام الخصائص الذاتية للإقليم والتراث والبيئة الحضارية (حمود، بدون تاريخ، ص 127).

- **تطوير الموارد التراثية وتنميتها:**

لقد ورثت المجتمعات والدول ثروة من الموارد الثقافية المادية وغير المادية تجسد الذاكرة الجماعية للمجتمعات وحضاراتها عبر الزمن، وتدعم من شعورها بالهوية في أزمة التغريب والعولمة، وكل مجتمع في حاجة إلى إعادة تقويم لموارده التراثية والوعي بقيمتها وأهميتها، وأن يقرر من منظوره الخاص إمكانيات تطويرها وتنميتها، ولكن بإدارة واعية بأهمية خصائصها وسماتها المتميزة والتي لا يمكن تجديدها، وإن كان لعمليات الصيانة والترميم قيمة اجتماعية وأهمية عند الدول الغنية، فهي بالنسبة للدول الأقل رفاهية ووفرة تمثل مشكلة اقتصادية بارزة، ولكن مع انتشار التوجهات والمفاهيم الدولية التي راجت وانتشرت في الثمانينات من القرن العشرين الماضي، وتناولت فكرة الارتباط المتكامل والمتوازن بين صيانة التراث والمحافظة عليه والتنمية السياحية، والتي أقرت مفهوم السياحة المستدامة التي تهدف إلى الوصول إلى التوازن بين تحقيق احتياجات السياحة، والاستفادة القصوى من التراث كمصدر هام للتنمية

الاقتصادية خاصة للدول النامية، وبين تأمين سلامة وحماية التراث بأوسع معنى لهذا المفهوم، وبتعبير "كاثلين بيريه" رئيسة لجنة الصيانة في المجلس الدولي للمتاحف" أنه لا يمكن تصور تطبيق وتدعيم السياحة المستدامة دون توسيع نطاق برامج الصيانة المتوافقة والحديثة والمطورة للتراث، إذ أنه عنصر هام في التطور الإقليمي الاقتصادي والثقافي لكل بلدان العالم". ويعتبر التراث العمراني أحد أهم العناصر التي تشكل الهوية الوطنية (القيق، 2005)، كما أنه يمثل الشاهد على عراقة هذا الشعب وأصالته على أرضه فلسطين، بالرغم من المحاولات الإسرائيلية الكثيرة لطمس هذا التراث بدءا بعمليات محو عشرات القرى ومسحها كلياً أو جزئياً عن الوجود خاصة خلال حرب 1948، وانتهاء بمسلسل عمليات هدم البيوت التي تكاد تكون بشكل يومي خلال انتفاضة الأقصى، متذرعين بأوهى الأسباب (قمحية، 2003، ص 55)، ومن هنا تأتي أهمية المحافظة على هذا التراث المعماري في قطاع غزة، سيما بعد الانسحاب الإسرائيلي من قطاع غزة، لما لذلك من تأثير مباشر ومتبادل على صناعة السياحة في المنطقة، وفلسطين.

ولاشك أن مساهمة القطاع الخاص بإنشاء وتطوير الأماكن السياحية، وإقامة الفنادق والقرى السياحية والمعسكرات الخلوية والتي يصاحبها رصف الطرق، وتحسين الخدمات كالكهرباء والمياه وإقامة المتاحف والمعارض وتوسيع شبكة وسائل النقل، يؤدي الى تنشيط الحركة الاقتصادية في البلاد عموما.

وقد ترتب على زيادة الأنشطة السياحية في قطاع غزة والضفة الغربية منذ قيام السلطة الوطنية الفلسطينية العديد من النتائج المباشرة على المحلات العمرانية في قطاع غزة، ومن المتوقع أن تزداد هذه النتائج مع انسحاب سلطات الاحتلال الإسرائيلي من كامل الأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة بما في ذلك القدس الشريف، وهو يساهم في إنعاش الحركة السياحية من والى الأراضي الفلسطينية.

ومن أهم هذه النتائج:

- الاهتمام بترميم وحفظ وصيانة المباني الأثرية أو ذات الأهمية التاريخية، كالمساجد والكنائس والقصور والمنازل ذات الطراز المتميزة، والتي تشكل مزارات سياحية، خاصة أن بعضها تحول الى متاحف، كما يمكن استخدام بعضها الآخر كفنادق ذات طابع خاص مما يعيد الحياة أو الحركة الى مثل هذه المباني (*) (الزوكة، 1996، ص 316). ومنذ قيام السلطة الوطنية الفلسطينية بذلت جهود لترميم وحفظ وصيانة المباني الأثرية أو ذات الأهمية التاريخية في مناطق مختلفة من القطاع والضفة، مثل المسجد العمري الكبير، ومسجد هاشم، وكنيسة القديس بورفيريوس، وحمام السمرة، وقصر الباشا في مدينة غزة، وكذلك قلعة برقوق في خان يونس وغير ذلك الكثير من المعالم الحضارية المنتشرة في الأراضي الفلسطينية.

ولاشك أن ترميم وإعادة تأهيل هذه المباني على قلتها، يؤثر في المظهر العمراني العام في قطاع غزة والضفة الغربية، ويحافظ على المظهر الأثري والتاريخي للمنطقة فضلاً عن أن ذلك من عوامل الجذب الرئيسية للسياحة إلى قطاع غزة. وبالرغم منذ ذلك، من الضروري الإشارة الى تآكل النسيج العمراني والاجتماعي التقليدي بالمناطق التراثية، والافتقار إلى الصيانة اللازمة للمباني بها، وانهيار بنيتها الأساسية في مناطق كثيرة في الأراضي الفلسطينية خاصة في قطاع غزة، بسبب توجه المواطنين وبعض الجهات ذات العلاقة الى إعادة استغلال الأراضي التي تشغلها هذه المباني الأثرية.

(*) يلاحظ أنه لم يبق من معالم حضارية في مختلف مدن وقرى قطاع غزة وتحديداً في مدينة غزة التي تضم جزء كبير من هذه المعالم، إلا مجموعات مختلفة الشكل والبناء والطراز، يختلط فيها القديم بالحديث الذي أقيم على مخلفات وأنقاض مبان أثرية سابقة، حيث تختلف أشكال التراث المعماري وتتنوع في غزة، ويمكن تقسيمها الى منشآت خاصة كالبيوت السكنية، والى منشآت عامة مثل المساجد والقصور والحمامات والأسبلة والزوايا والتكية والممرات التاريخية.

- التطور الواضح في أماكن الإيواء والمنشآت الفندقية، حيث تشمل المنشأة الفندقية، الفندق، والمنتجع السياحي، والشقق الفندقية، والنزل، والموتيل، والمخيم السياحي، والفنادق العائمة، التي تقدم خدمات فندقية (مقابلة وذيب، 2000، ص 318)، أن زيادة الحجم السياحي يؤدي الى زيادة عدد الفنادق والبنسيونات وعدد المباني الجديدة (كولينات وشتاينكيه، 1991، ص 154) .

ويلاحظ أن قطاع غزة والضفة الغربية، شهد طفرة كبيرة في مجال المشاريع الفندقية بعد قيام السلطة الوطنية الفلسطينية، فقد أرتفع عدد الفنادق في قطاع غزة من فندق واحد في العام 1946 بسعة 12 غرفة فندقية، الى 18 فندق في العام 2002، حيث أقيمت خلال الفترة من 2000-2002 خمسة فنادق جديدة، وهذا يدل على أن الحركة في قطاع غزة آخذة في الازدياد، مما يبشر بتحول غزة إلى مقصد للسياح والزائرين (وزارة السياحة والآثار، بدون تاريخ، ص 3).

- تفرد استخدام الأرض في المحلات العمرانية بأنماط محددة كنتيجة لنشاط السياحة، حيث تكثر المباني التي تشغلها المؤسسات السياحية، وتتعدد مراكز الخدمات المرتبطة بها، ومحلات بيع الهدايا والعاديات والمنتجات الوطنية المتميزة (الأفندي، بدون تاريخ، ص 39). ويبدو هذا التأثير بوضوح شديد عند تتبع أنماط استخدام الأرض في العديد من المناطق وهي ظواهر أو ملامح تتكرر على بعض جوانب الطرق الرئيسية في الضفة الغربية وقطاع غزة(*).

(*) بنظرة فاحصة لمساحات الأراضي التي تم استعمالها في المشاريع الفندقية في قطاع غزة نجد أن معظم المساحات صغيرة المساحة تتراوح بين 300- 2000 متر مربع، ويشذ عن هذه القاعدة كل من قرية زهرة المدائن ومنتجع الواحة، حيث تبلغ المساحة ما بين 10.000 و 15.000 متر مربع لزهرة المدائن، وهذا يوضح أن المنشآت التي أقيمت على هذه المساحات من الأراضي استنفذت كافة المساحة المملوكة، وهذا أدى الى عدم وجود مرافق أخرى مثل المرافق الترفيهية والخدماتية في تلك المنشآت .

وهكذا يتضح أنه نتيجة لتطور النشاط السياحي في قطاع غزة والضفة الغربية ظهرت أنماط جديدة من العمران، ومن المتوقع أن تزداد أعداد هذه الأنماط الجديدة إذا تم انسحاب قوات الاحتلال الدولة الكيان الصهيوني في فلسطيني من كامل الأراضي الفلسطينية، مما قد يسمح بتفعيل صناعة السياحة إذا تهيأت لها الظروف الملائمة لذلك.

الفصل الخامس

عوامل الجذب السياحية الجغرافية الطبيعية والبشرية

عوامل الجذب السياحية الجغرافية الطبيعية والبشرية

العوامل الجغرافية المؤثرة في جذب السياحة:

إن المقوم الأساسي للسياحة هو ظاهرة الاختلافات المكانية، إذ تعد اختلافات المناطق عن بعضها الدافع الأساسي لانتقال السائح من موطنه الأصلي إلى مختلف هذه المناطق وتعرف هذه الاختلافات بأنها عوامل الجذب السياحية وتلعب عوامل الجذب دوراً رئيسياً في توجيه السائح إلى مناطق معينة أو قضاء الإجازات في أقاليم بعينها. وقد صنفها سوزوكي Suzuki في ثلاثة:

1- عوامل الجذب الطبيعية مثل: الأشكال الأرضية، والمناخ، والنبات الطبيعي ... إلخ.

2- عوامل الجذب البشرية، وهي ما يفهمها الإنسان سواء كانت ذات بعد تاريخي أم حديثة.

3- عوامل الجذب الثقافية والحضارية، وتشمل الإنسان وثقافته ويعبر عنها من خلال اللغة والموسيقى والفلكلور ... إلخ.

ويقوم الجغرافي بدراسة هذه العوامل المختلفة من حيث العلاقات المكانية فيما بينها، ومدى توزيعها وطرق الوصول إليها.

أولاً: عوامل الجذب الطبيعية:

وتشمل العديد من العوامل مثل: الموقع الجغرافي، والمناخ، واشكال السطح، وتوزيع اليابس والماء، والنبات الطبيعي.

1- الموقع: يحدد موقع المكان، منطقة كانت أم دولة إمكانات الجذب السياحي لها، ويعزي ذلك إلى أنه يتضمن مجموعة من المكونات وتتمثل أبرز هذه المكونات في تباين الوحدات الإقليمية المجاورة، الذي يتضمن تبايناً في أحجام السكان والعادات والتقاليد، وتنوع الظاهرات، ومدى الإمكانات الاقتصادية. كما أن المسافة الفاصلة تكون أقصر ما تكون بما تمثله من اقتصاد في الوقت والنفقات (الحريري، 1991، ص90).

وتتباين قيمة المواقع الجغرافية، لدول العالم، تبعاً لمستوى تمتعها بطرق ووسائل الجغرافية لدول العالم تبعاً لمستوى تمتعها بطرق ووسائل النقل المختلفة، والتي يرجع معظمها إلى طبيعة الموقع الجغرافي، وهناك نوعان من المواقع:

أ. **الموقع الفلكي:** ويقصد به موقع الأقاليم بالنسبة لدوائر العرض وخطوط الطول. ويحدد هذا النوع من المواقع خصائص كل من عناصر المناخ السائدة، وأشكال النباتات الطبيعية وهي من جوانب البيئة الطبيعية التي تؤثر بطريقة مباشرة وغير المباشرة في الإنسان من حيث التوزيع الجغرافي والمستوى الحضاري، والاحتياجات المختلفة، وطبيعة الأنشطة الاقتصادية السائدة.

ب. **الموقع الجغرافي:** موقع المكان بالنسبة للظاهرات الجغرافية العامة، وهو ما يؤثر بصورة مباشرة في المظاهر البشرية والحضارية، وخاصة ما يتعلق بالتوزيع الجغرافي للسكان وكثافتهم وتركيبهم وتحركاتهم ومستواهم وأنشطتهم الاقتصادية وللموقع الجغرافي أثر على السياحة من ناحيتين:

الأولى: موقع منطقة الجذب السياحي من مناطق تصدير السائحين وراغبي الترفيه، فكلما كان الموقع قريباً من مصادر ورود السياح، بحيث يمكن الوصول إليه بسرعة وبتكاليف قليلة، كلما كان الإقبال عليه كبيراً، ومن أمثلة ذلك دول جنوب أوروبا وبلاد المغرب العربي إذ يجتذبان أعداداً كبيرة من السائحين وذلك لقرب الموقع من منطقة تصدير السياح الأولى في العالم وهي شمال وغرب أوروبا.

أما الناحية الثانية فتتمثل في موقع منطقة الاستقبال والإرسال من دوائر العرض، فإن لذلك أثره على البيئة الطبيعية وعلى دفع السياحة إلى الحركة (عبد الحكيم والديب، **1995**، ص49).

فالموقع الجغرافي الجيد لبعض الدول ساعد في رواج صناعة السياحة بها لسهولة اتصالها بالعالم الخارجي بوسائل النقل المختلفة، وخاصة الرئيسية، إذا كانت مواقعها قريبة من نطاقات الطلب السياحي الرئيسية، والتي تمثل دولها أهم مصادر السياح في

العالم، كما يلعب الموقع الجغرافي لبعض الأقاليم على مسارات طرق النقل العالمية دوراً مباشراً في نشاط صناعة السياحة بها.

2- المناخ:

يعد المناخ، بعناصره المختلفة، عاملاً أساسياً في تنمية السياحة، وتوجيه حركتها سواء أكانت سياحة داخلية أم سياحة خارجية دولية، بل وحتي على مستوى التنزه والاستجمام، فالمناخ بحد ذاته عنصر سياحي هام، فهو من عناصر الجذب السياحية الأساسية في العديد من دول العالم السياحية والمحددة للمناطق السياحية في معظم دول العالم، كما أنه عامل محدد لإمكانية الاستفادة من المصادر السياحية الأخرى الطبيعية والتاريخية والاجتماعية. والمناخ بعناصره المتعددة أما عامل جذب سياحي ومصدر سياحي هام بما يمتلكه من مقومات تساعده على ذلك أو أنه عامل معيق للحركة السياحية ومحد لها (موسى، 1997، ص23).

ويعتبر المناخ المعتدل، عامل جذب سياحي للسياحة الدولية والسياحة الداخلية، على حدٍ سواء، فالسائح يحدد مناطق زيارته في ضوء الأماكن التي يتلاءم فيها المناخ مع احتياجاته وتحركاته في داخل الإقليم ففي السياحة الداخلية، يرتبط السكان بالمناخ أو حالة الطقس في تنقلاتهم، إذ غالباً ما يكون انتقالهم إلى المصايف أو المشاتي خلال الإجازات السنوية، كذلك إلى المناطق المفتوحة في تنقلاتهم بغرض الترفيه خلال اليوم، وذلك يعني إنتقالهم إلى مناطق ذات جو معتدل صيفاً وجو مشمس شتاءً. ومن دراسة تيارات السياحة العالمية نجد أنها تتجه من أقاليم المناخات الباردة والسحب الدائمة إلى الأقاليم الدفيئة والشمس الدائمة (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 49).

كذلك في السياحة الدولية، إذا كان الغرض منها هو الذهاب إلى مصيف أو مشتى، فإن المناخ يعد الموجه الرئيسي لها - ويغلب تواجد المصايف في المناطق الساحلية على شواطئ البحار والبحيرات؛ للاستمتاع بمزاولة رياضات الماء المختلفة، كما تتواجد أيضاً في المناطق الجبلية ذات الجو المعتدل بعيداً عن السهول الحارة، وخاصة في العروض المدارية في فصل الصيف. أما المشاتي فتركز في الجهات التي تتمتع

بشمس مشرقة دافئة؛ وذلك لمزاولة رياضات التزحلق على الجليد؛ وأيضاً قد تكون مناطق جبلية ذات جو بارد. ويعتبر الدفوء الذي تمتاز به منطقة أريحا في فلسطين في فصل الشتاء، من أهم عوامل الجذب السياحي إلى المنطقة، حيث اتتراوح درجة الحرارة في منطقة أريحا ما بين 14 – 15 درجة مئوية، إضافة إلى سطوع الشمس، وبطوء حركة الرياح، في الوقت الذي تبلغ فيه متوسطات الحرارة في المناطق الجبلية لنفس الفترة حوالي '9م. إن هذا الاختلاف ما بين درجات الحرارة في منطقة أريحا وما بين المناطق الجبلية في فلسطين له أثر واضح على تنشيط الحركة السياحية حيث يتزايد باتجاه منطقة أريحا طلباً للاستجمام الشتوي. أما بالنسبة لكميات الأمطار الساقطة على منطقة أريحا، فهي كميات قليلة تبلغ 150 ملم في المتوسط إذا ما قورنت بكميات الأمطار الساقطة علي المناطق الجبلية التي تبلغ حوالي 700 ملم، إن قلة الأمطار في منطقة أريحا في فصل الشتاء تشجع السياح والمستجمين على التوجه إلى المنطقة، حيث تشهد منطقة أريحا حركة سياحية نشطة في موسم السياحة الشتوية الممتد من 1/ 11 ولغاية 1/ 5 من السنة باعتبار هذه الأشهر الأكثر ملائمة للسياحة في منطقة أريحا، فهذه المنطقة يسودها الدفيء خلال فصل الشتاء وأوائل الربيع كأغلى سلعة سياحية (قيصي، 2000، ص27).

تتحول هذه المزايا التي تتمتع بها المنطقة في فصل الشتاء إلى مساوئ في فصل الصيف الحار، حيث ترتفع درجة الحرارة، ونسبة الأتربة في الجو، مما يؤدي إلى إعاقة نشاط الحركة السياحية في منطقة أريحا والبحر الميت، واقتصار معظم النشاط السياحي في الموسم الشتوي ويترتب على ذلك الكثير من المشاكل، خاصة فيما يتعلق بموسمية العمل السياحي للعاملين في قطاع السياحة، والحمولة، وكذلك لانتشار الميكنة الصناعية، وما تبعد من زيادة في أوقات الفراغ. وهذه الفئة غالباً ما تنتقل للسياحة في شكل مجاميع سياحية، وهي ترتبط في زياراتها بموسم الإجازات السنوية، وتتغاضى عن المناخ، ومدى ملائمته للحركة في داخل الإقليم وذلك في مقابل رفض الأسعار (الأفندي، 1983، ص123).

فالمناخ كعامل جذب سياحي يعد من العوامل الهامة سواء أكان الهدف المباشر للسياحة، وهو في حالة انتقال السائح إلى منطقة كمصيف أو مشتى، أو بطرق غير المباشر، وهو ألا يكون المناخ يشكل عائقاً أمام الحركة السياحية، وبصورة عامة، فالمناخ يشكل دافعاً من دوافع السياحة حيث يفضل بعض السياح الابتعاد عن الجو البارد، والتوجه إلى أماكن دافئة، وخاصة في فصل الشتاء، حيث يصبح الدفء هدفاً في حد ذاته. ولذلك تعد أنشطة السياحة والترويح من صور سعي الإنسان إلى التكيف والتلاؤم مع ظروف البيئة الطبيعية بصورة مؤقتة خلال فترات محددة من السنة (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 147).

- **عناصر المناخ والحركة السياحية:**

يعد المناخ من أكثر المقومات الجغرافية للسياحة، ويمثل المناخ في كثير من مناطق العالم السياحية عنصر الجذب الرئيسي بها، وإذا سأل سائل ماهو المناخ المثالي للنشاط السياحي لكانت الإجابة صعبة إلى حد كبير، لأن هناك من السائحين من يبحث عن الدفء والحرارة، وآخر يهرب من الحرارة المرتفعة باحثاً عن المناخ الألطف والأكثر اعتدالاً (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 118)، ومن هنا لا يمكن القطع بصورة كبيرة بمعدلات مناخية ثابتة تعد الملائمة أو المثلى للسياحة في منطقة ما. ففي فصل الشتاء تعتبر المناطق الجبلية ذات الجو البارد والتي تنخفض بها درجة الحرارة إلى ما دون الصفر، حيث درجة التجمد منطقة صالحة للسياحة الشتوية لمزاولة رياضات التزحلق على الجليد. وتعتبر هذه المنطقة جاذبة للسياحة صيفاً بعد أن يعتدل بها المناخ، وترتفع درجة الحرارة نسبياً، فتذيب الثلوج لتكسو الجبال بالخضرة بعد أن كانت تلتحف بالبياض من ثلج الشتاء. ولكن يمكن القول بأن عناصر المناخ الرئيسية المؤثرة على الحركة السياحية تتمثل في:

1- مدى ارتفاع أو انخفاض درجة الحرارة:

تعد درجة الحرارة أهم عنصر مناخي سياحياً، لما لدرجة الحرارة من تأثير هام في راحة الإنسان ونشاطه. وبالتالي فهي عنصر جذب سياحي هام، ومحرك للسياح في

محيط دائرة سياحتهم. ولهذا نجد أن المناطق الشديدة البرودة والمرتفعة الحرارة غير جاذبة للسياح، بل طاردة لهم إلى مناطق الاعتدال الحراري التي يشعر فيها الإنسان بالراحة الجسدية والنفسية (موسى، 1997، ص24).

وتعد درجة الحرارة التي يتراوح مداها بين 18 – 2ْ5م بيئة مناخية مثالية لراحة الإنسان ونشاطه (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 119)، ومثل هذا المدى الحراري ليس متوافراً على مدار السنة سوى في مرتفعات المناطق المدارية بين ارتفاع يتراوح 500 – 2000م فوق مستوى سطح البحر، في حين تعد الأجزاء المنخفضة من المناطق المدارية، بخاصة القريبة من خط الاستواء، غير ملائمة حرارياً لكون متوسط الحرارة اليومي يتجاوز باستمرار 2ْ5م، غير أن هناك مناطق عديدة من العالم تتوفر فيها الحدود الحرارية الملائمة سياحياً سابقة الذكر، في فترات من السنة، ولذا تنشط فيها السياحة الموسمية، ومن هذه المناطق نذكر ما يلي في نصف الكرة الشمالي (موسى، 1997، ص 24):

مناطق تتوفر فيها شتاء	مناطق تتوفر فيها صيفاً
– جزر البحر الكاريبي . – فلوريدا والسواحل الجنوبية الشرقية من الولايات المتحدة . – شمال أمريكا الجنوبية. – سواحل البحر المتوسط الجنوبية. – سواحل البحر الأحمر والمناطق الواقعة على امتدادها عرضياً مثل مصر وغيرها. – شبه الجزيرة العربية. منطقة الخليج العربي. – جنوبي الهند. شبه جزيرة الهند الصينية.	– المناطق الساحلية شبه المدارية في الولايات المتحدة. – سواحل المتوسط الشمالية والجنوبية. – مناطق الأطلس الأوروبية. – اليابان. – أواسط أوروبا وأجزاء من شمالها. – الأجزاء المرتفعة من المناطق شبه المدارية والمعتدلة بين ارتفاع 500- 1500م فوق مستوى سطح البحر. – حيث الحرارة ملائمة خلال أشهر الصيف الثلاثة، كما الحال في المرتفعات السورية واللبنانية المغربية.

وعلى الرغم من أهمية حرارة الليل، إلا أنه لكون الليل فترة الراحة والسكون، فإن درجة حرارته لا تشكل معيقاً ضمن الحدود، وبخاصة إذا ما كانت درجة حرارة

النهار ضمن الحدود الملائمة، سابقة الذكر، فإن درجة الحرارة الليلة لا تنخفض إلى الحد المزعجة خاصة في المناطق الساحلية، وتشكل درجات الحرارة الأعلى من 28° م والأقل من 15°م عامل إعاقة للسياحة. وتزداد درجة الإعاقة مع ازدياد التطرف الحراري، وبخاصة تطرف الحرارة نحو الأعلى، خاصة بالنسبة للسياحة التي تتم في الهواء الطلق، وتتطلب من السياح الحركة؛ حيث تضاف إلى درجة حرارة الجو التي يحس بها السائح، درجة الحرارة المتولدة في أجسامهم بفعل عملية الاستقلاب الغذائي التي تتزايد مع الحركة. لذا فإن حدود الراحة تنخفض في حالة الحركة، ولابد للسائح في حالة انخفاض الحرارة الشديد من الاستعانة بالملابس الكامنة لحماية نفسه (موسى، 1997، ص 25).

2- الشمس الساطعة:

يشكل سطوع الشمس وازدياد نسبة التشمس، عاملاً موجهاً للحركة السياحية؛ حيث يتوفر ذلك بخاصة في المناطق التي يقل فيها السطوع الشمسي والتشمس، كما في الشمال الأوروبي والأمريكي (موسى، 1997، ص 29).

ويختلف توزيع الإشعاع الشمسي على دوائر العرض المختلفة في نصفي السنة الصيفي والشتوي، بسبب اختلاف طول النهار ودرجة ميل أشعة الشمس من دائرة عرضية إلى أخرى (علي، 2000-2001، ص 89).

ولقد حظيت العروض المدارية، وشبه المدارية ومناطق المناخ المتوسطي بنصيب وفير من السطوع الشمسي والتشمس في نصف السنة الشتوي؛ مما جعل من مناطق عديدة منها مشاتي سياحية هامة يتوافد إليها سنوياً الملايين من السياح والمتنزهين، كما هو الحال، في الريفيرا الفرنسية على الساحل المتوسطي، والسواحل الأسبانية المتوسطية، وجزر البليارد الأسبانية (مالوركا، ومنيوركا وابيزا وفورفتر)، وجزر الكناري الأطلسية مقابل الساحل المغربي. والساحل الإدرياتيكي في إيطاليا ويوغسلافيا (سابقا) ويتميز شتاء المنطقة العربية بسطوع الشمس ودفئه النسبي الذي لا يعيق الحركة السياحية، ولذا تتجه نحوها سنوياً أعداد كبيرة من السياح الشماليين من

أوروبا وأمريكا الشمالية، وغير ذلك ممن يبلغون أقصاهم في نصف السنة الشتوي (موسى، 1997، ص 29)، ولذلك تتجه أعداد كبيرة من سكان العروض الباردة إلى سفوح الجبال عالية المنسوب خلال الشتاء، حيث يسود مناخ صحي منعش إلى جانب أشعة الشمس (Robinson,H.,Op.Cit.P.43).

ويتميز الصيف بالسطوع الشمسي الوفير في حوض البحر المتوسط ؛ حتى ليندر أن تحجب الشمس نهاراً في عدد كبير من أيام أشهر الصيف الثلاثة، ومما يعيق الحركة السياحية الارتفاع الحراري المقرون بالرطوبة العالية، بخاصة في سواحل المتوسط الجنوبية والشرقية، لذا يلجأ السياح المصطافون إلى مياه البحر للتخفيف من ارتفاع درجة سطوع الشمس، وليبقوا مستمتعين وقتاً من النهار بالاستلقاء على رمال الشاطئ تحت أشعة الشمس البراقة (موسى، 1997، ص 29).

ونتيجة لوفرة السطوع الشمسي شتاءً في الجنوب الأمريكي (فلوريدا وجنوبي كاليفورنيا) كثرت المنتجعات الشتوية بينما ازدهرت سياحية الاصطياف في شمال (كاليفورنيا) ومما لا شك فيه فإن شتاء جزر البحر الكاريبي (بورتوريكو، جمايكا، بهاما، باربادوس... إلخ) وسواحل المكسيك بما ينعم به من دفء ووفرة في السطوع الشمسي يجذب سنوياً ملايين السياح من الولايات المتحدة وأوروبا الغربية. ومما يؤكد أهمية وفرة السطوع الشمسي، وزيادة التشمس في الجذب السياحي، هو زيادة نسبة التشمس في منتجعات الألب الرئيسية في سويسرا والنمسا وإيطاليا وفرنسا فعلى الرغم من الجليد المغطي للأرض، وبرودة الشتاء، إلا أن زرقة السماء، والشمس الساطعة، وجفاف الهواء تشكل عاملاً هاماً في تدفق السياح، وممارسة رياضتهم الشتوية (موسى، 1997، ص 30).

3- الرطوبة الجوية:

يختلف توزيع الرطوبة النسبية في الجو من منطقة إلى أخرى، فهي تزيد في المناطق الساحلية عن المناطق الداخلية، كما تزيد معدلات التبخر في المناطق المدارية بينما

أقل جهات البخر حدوثاً في العالم هي المناطق الباردة خاصة فوق اليابس (السعدني، بدون تاريخ، 120).

وتعد الرطوبة أحد عناصر المناخ ذات التأثير المباشر على الإنسان (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 120)، وعند اقتران الرطوبة المرتفعة بارتفاع درجات الحرارة تؤثر على كفاءة العمل.

وتعتبر الرطوبة النسبية من العناصر ذات الأهمية السياحية، بسبب دورها المباشر والفعال في التأثير على نشاط الإنسان وراحته من خلال (موسى، 1997، 26-27):

أ. تحديدها لفاعلية الحرارة إذ يصعب فصل عنصري الحرارة والرطوبة عن بعضهما في مجال تأثيرها الحيوي على الإنسان.

ب. كونها عنصر استشفاء مناخي من العديد من الأمراض، وكثيراً ما ينصح الأطباء بعض المرضى بالذهاب إلى أماكن ذات هواء نقي ورطوبة جوية منخفضة نوعاً، وهذا ما يتوفر في المناطق الجبلية وبخاصة الجبال الداخلية كما في جبال الزبداني في سوريا.

وتعد الرطوبة الجوية المتوسطة بين 40 – 60 ٪ الأكثر ملائمة لجسم الإنسان، ولخلق فاعلية حرارية مقبولة. وإذا ما تجاوزت الرطوبة 70٪ شتاءً أو صيفاً اشتد شعور الإنسان بالبرودة شتاءً، بخاصة إذا ما كانت درجة الحرارة قريبة من التجمد (بين صفر – 5°م)، وازداد إحساسه بالدفيء صيفاً، وبالضغط الحراري والرطوبي على جسم – في حال كون الرطوبة المطلقة أيضاً مرتفعة – لازدياد ضغط بخار الماء، وانخفاض معدل التعرق نتيجة ذلك، وتدني عمليات التبريد لسطح الجسم بسبب ما تقدم، وليست الرطوبة ذات أهمية مباشرة معتبرة سوى في المناطق الساحلية في فصل الصيف الحار في العروض المدارية وشبه المدارية، لترافق ارتفاع الرطوبة النسبية (فوق 65٪) مع ارتفاع درجة الحرارة العظمى النهارية إلى أكثر من 30°م، ولتتجاوز 25°م أحياناً في الليل، وفي حال انخفاض الرطوبة النسبية إلى ما دون 40٪، وقد تنخفض في المناطق الجافة صيفاً إلى ما دون 20٪ وارتفاع الحرارة، فيكون الجو

عندها حاراً لافحاً، لكنه يبقى اقل إزعاجاً من الجو الشديد الحرارة والمرتفع الرطوبة، لكن إذا اقترنت الرطوبة النسبية المنخفضة مع تدني درجة الحرارة إلى أقل من 5°م، وقد تدنى دون درجة التجمد، فيصبح الجو قارص البرودة شديد الإزعاج (موسى، 1997، ص27).

لهذا فإن أجواء المناطق الجبلية المعتدلة البرودة صيفاً ذات رطوبة مطلقة أقل بكثير مما هو الحال في الأجواء البحرية... وهذا ما يدفع العديد من السياح للاتجاه إلى المناطق الجبلية القليلة الرطوبة، والنقية الهواء والمعتدلة حرارياً؛ حيث المناخ الملائم للاستشفاء من بعض الأمراض كالربو والطفح الجلدي والسل... وغير ذلك، لذا كثرت المصحات في المناطق الجبلية.

ولاشك أن الرطوبة النسبية عنصر فعال ومؤثر على كثير من العمليات الطبيعية والجوية، بالإضافة إلى أنها تؤثر فسيولوجياً على مختلف الكائنات الحية وخاصة الإنسان بتأثيرها على قوة تبخير العرق في الجلد، وتعتبر من العوامل المساعدة على الاحتفاظ بالحرارة الكامنة؛ حيث أن وجودها بكثرة يعرقل فاعلية الإشعاع الأرضي، بينما يكون الهواء بدون الرطوبة النسبية عرضة لفقد حرارته بسرعة، فإنها كذلك أي الرطوبة النسبية عنصر أساسي لتكوين مختلف الظواهر المائية في الغلاف الجوي (سعود، 2002، ص66).

وتنخفض الرطوبة النسبية في فلسطين كلما توغلنا في البر، فهي منخفضة في الشرق والجنوب من البلاد، وعالية على امتداد الشريط السهلي الساحلي بصورة عامة؛ وذلك على مدار السنة. وتزداد الرطوبة النسبية بازدياد الارتفاع فوق سطح البحر بسبب انخفاض درجة الحرارة، كما أنها تزداد في الشتاء أكثر من الصيف نتيجة لانخفاض درجة الحرارة أيضاً. وفي كل هذا يجب أن لا نغفل حقيقة ارتباط قيم الرطوبة النسبية بمصدر الكتل الهوائية ونوعها والرياح المسيطرة على فلسطين، فإن كانت بحرية المصدر فهي غنية بالرطوبة، وإن كانت قارية (برية) المصدر كانت جافة، وسببت انخفاضاً حاداً في الرطوبة الجوية ومقاديرها في الجو.

أما بخصوص التغير اليومي، فنلاحظ أن الرطوبة النسبية تكون عالية في الصباح، وتبدأ في الانخفاض بعد طلوع الشمس، حتى تصل أدناها في حوالي الساعة الثانية بعد الظهر (حماد، 2003، ص20)، وبصورة عامة فإن الرطوبة السائدة في فلسطين معتدلة ومشجعة لزيارتها على مدار السنة.

4- الرياح:

للرياح دور فعال في التأثير على النشاط البشري، عامة، وعلى النشاط السياحي خاصة.

إن هبوب الهواء بشكل نسيم لا تزيد سرعته عن 5م/ث من عوامل الجذب السياحي؛ لكونه يقلل من الشعور بالحرارة الشديدة، خاصة إذا ما اقترنت بالرطوبة لكون الرياح عامل تبريد للجسم البشري. فالهدوء الجوي كلياً أي انعدام الحركة الأفقية للهواء ليس هو الأجدى، وكذلك الحركات القوية للهواء. في حين أن أفضل هبوب للهواء هو ما كان بصورة نسيم عليل بسرعة تتراوح بين 0.3 - 1.5 م/ث، وكذلك بصورة نسيم خفيف (1.6 – 3.3 م/ث)، ونسيم الطيف (3.4 – 5.5 م/ث). وعموماً فإن سرعة نسيم البحر على شواطئ البحار والبحيرات، وعلى ضفاف الأنهار الكبرى لا تتعدى الحدود المريحة 5م/ث (موسى، 1997، ص30).

أما العواصف بمختلف أنواعها فتشكل عامل إعاقة للحركة السياحية، وعندما تتجاوز سرعة الرياح 17م/ث تصبح غير ملائمة لأي نشاط سياحي، كما أن الرياح ذات السرعة بين 10 – 17م/ث معيقة للسياح وتحركاتهم، وعلى الرغم، من أن معظم عواصف الرياح تحدث في الفترة المضطربة جوياً من السنة (نصف السنة الشتوي) في نصف الكرة الشمالي مؤثرة على بعض المشاتي في العالم، إلا أن الصيف فصل السياحة والاستجمام على شواطئ البحار يشهد أحيانا بعض تلك العواصف، نذكر على سبيل المثال، لا الحصر العاصفة التي تعرض لها شاطئ البحر الأسود في رومانيا 1986 في 24 تموز حيث وصلت سرعة الرياح إلى 24م/ث. والعواصف الترابية والرملية أشد إعاقة من العواصف الريحية، لترافق رياحها الشديدة السرعة

بالأتربة والرمال التي تحد من الرؤية إلى أقل من 1000م، وتكثر هذه العواصف في المناطق الجافة وشبه الجافة في الفصلين الانتقاليين وفي فصل الصيف، وهي مؤثرة على السياحة والتنزه في فترة هبوبها. وليست العواصف المطرية التي تحدث الفيضانات والسيول وكذلك العواصف الثلجية أقل إعاقة للسياحة(*) (موسى، 1977، ص 28- 29).

ولا شك أن هبوب هذه الرياح ينعكس بصورة سلبية على حركة السياحة بشقيها الداخلي والخارجي. والأكثر خطراً على السياحة هي الأعاصير المدمرة ممثلة في الأعاصير المدارية التي تجتاح بعض المناطق السياحية الشتوية والصيفية الهامة في نصف السنة الصيفي، كما هو الحال، في منطقة خليج المكسيك الأمريكية، بما في ذلك فلوريدا وجزر الكاريبي التي يندر أن تمر سنة دون أن تصاب بأذى إعصار مداري، وكذلك جنوب شرقي الصيف وفيتنام والفلبين وجنوبي اليابان التي تتعرض للأعاصير، ومناطق أخرى من العالم في العروض المدارية وشبه المدارية من شرقي القارات (موسى، 1997، ص29).

5- المطر:

يعتبر المطر من العناصر المهمة المؤثرة على السياحة والحركة السياحية في العالم؛ حيث يتضح لنا مدى أهمية دور المطر في التأثير على الجذب السياحي أو الطرد السياحي؛ حيث يظهر هذا الأمر جلياً في إقليم أوروبا عامة، خاصة شمال وشمال غرب أوروبا؛ حيث تتميز هذه الأقاليم بغزارة المطر خلال نصف السنة الشتوي،

(*) رياح الفوض التي وصفت بأنها تذيب الثلوج التي تتركز في فصل الشتاء، وعرفها اليونانيون والإغريق بيالعة الثلوج، تسبب هبوب هذه الرياح الجنوبية انخفاضاً في الضغط، كما تترافق بأعراض مرضية مثل آلام الشقيقة، والقلق والشعور بالحزن والضيق والأرق والأحلام المزعجة. أما الرياح الشمالية المعروفة باسم مسترال Mistral فإنها تؤدي إلى ظهور الصراع والأرق واحتدام الآلام العصبية، وتزداد عند هبوبها النزلات، وتسوء حالة المصابين بأمراض رئوية. ومثل هذه الأعراض تسببها رياح شمالية أخرى تعرف باسم ترامونتانو.

بجانب انخفاض درجة الحرارة، مما جعل تلك الأقاليم طاردة للسياحة؛ حيث يتوجه معظم تياراتها إلى إقليم الشرق الأوسط وحوض البحر المتوسط. وأهم تلك المناطق التي يتوجه إليها السياح الأجانب خلال فصل الشتاء في شمال أفريقيا ومصر (مسعود، 2002، ص101). معنى ذلك أن الغيوم والأمطار يعدان من معوقات السياحة والاستجمام، خاصة إذ كانت الغيوم من النوع الكثير الإدرار للهطول المطري التي تدل على اضطراب شديد في الجو؛ لذا نجد أن العديد من مناطق العالم رغم تمتعها بظروف حرارية ملائمة للسياحة والاستجمام، إلا أن كثرة التغيم ووفرة هطول الأمطار يشكل عائقاً في وجهة حركة السياحة والاستجمام (موسى، 1997، ص30).

وتسقط الأمطار على فلسطين في فصل الشتاء من أكتوبر إلى ابريل، ولكن سقوطها يتركز من نوفمبر إلى ابريل؛ حيث يسقط ما بين 60٪ - 70٪ من جملة الأمطار الساقطة على فلسطين (الأستاذ، 1999، ص99). وعلى العموم فإن تساقط الأمطار في فلسطين لا يشكل عائقاً أمام تنشيط الحركة السياحية. وهكذا يمكن القول، أن هذه العوامل المناخية المتنوعة تشكل مصدراً مؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على صناعة السياحة.

6- التغير المناخي والسياحة:

تعتمد السياحة على عدة عوامل بيئية ترتبط ارتباطاً كبيراً بالظروف المناخية السائدة... وأي تغير في المناخ الأرضي سيؤثر بشكل واضح على أشكال السفر، وسيحدد وجهته، مما سيقود بالتالي إلى تنظيم المنتج السياحي من جديد على ضوء الظروف المناخية الجديدة، والتغير المناخي إما أن تكون وجهته نحو التسخن أو تكون وجهته نحو التبرد، وسيترتب على ذلك حدوث تزحزح في النطاقات المناخية الحالية أما باتجاه القطبين في حال التسخين، أو باتجاه خط الاستواء في حال التبرد... وهذا بالتالي سيجعل مناطق السياحة المناخية النموذجية في وضع خطر، لأنها جهزت نفسها حسب ظروفها الراهنة، فكم يكون التغير كبيراً والخسارة فادحة إذا ما تحولت منطقة سياحة من مشتى إلى مصيف أو العكس (موسى، 1997؛ ص 31).

إن شواطئ البحر المتوسط التي تعد من أهم مناطق السياحة في العالم لكون ما يرتادها سنوياً لا يقل عن ربع عدد السياح في العالم، وكذلك المنتجعات الألب الجليدية يتصفان بحساسية كبيرة للظروف المناخية وكم هو الحديث عن تأثير البيت الزجاجي والتسخن الأرضي، وذوبان القيعان الجليدية ذو أهمية في هذا الخصوص، لما يترتب على ذلك من تغيرات بيئية كبيرة ستنعكس بلا شك على السياحة، ويختلف العلماء في تقدير درجة التسخن المقبلة بفعل تأثيرات البيت الزجاجي (الدفيئة الجوية)، فارتفاع في درجة الحرارة المقدرة درجة مئوية واحدة من عام 1990 إلى عام 2030م، سيترتب عليه ذوبان مساحات كبيرة من الأغطية الجليدية، وارتفاع في منسوب البحار والمحيطات بمقدار متر واحد، مما يؤدي إلى غرق مساحات كبيرة من الأراضي الساحلية، واختفاء العديد من الجزر. وإذا بلغ التسخين درجة تتراوح بين 3 – 6 م في عام 2100 زيادة عما هو الحال عليه حسب تقديرات بعض العلماء (موسى، 1992، ص 38).

وفي السنوات الماضية ظهرت بعض المؤشرات والأدلة على نماذج من تغيرات في المناخ في بعض دول العالم، فمثلاً بريطانيا شهدت صيفين حارين في عام 1989 و 1990 مؤثراً ذلك على حركة السياحة؛ حيث نشطت السياحة الداخلية، تجاه الشواطئ والمرتفعات البريطانية، عوضاً عن الحركة إلى منتجعات شواطئ البحر المتوسط والادرياتيكي (موسى، 1997، ص 31).

إن استمرار الاتجاه نحو الدافئ في صيف أوروبا الشمالية في السنوات المقبلة سيؤثر سلباً على منتجعات البحر المتوسط، كما أن المنتجعات الجليدية في كندا وكاليفورنيا، وفي الألب ستقل أهميتها خلال العقدين التاليين إذا ما مالت فصول الشتاء المقبلة نحو الدفئ؛ حيث تقل بذلك أهمية الرياضة الشتوية (موسى، 1997، ص 32). ولقد كان شتاء 1988 – 1989 الدافئ في بريطانيا نكبة للرياضة الشتوية في اسكتلندا (Bodlender, J and Others, 1991, p33)، وشهدت انجلترا في صيف 1976 موجة حرارية شديدة تجاوزت خلالها درجة الحرارة

الفعالة 25°م في يومي 27 - 28 من حزيران ليعيش بذلك الجنوب البريطاني فترة صيف مداري (Robinson, 1988, P331) وتؤثر التغيرات المناخية المتوقعة على موسمية السياحة والمناطق السياحية، فبينما تزداد أهمية المنتجعات الشتوية المتوسطية، إلا أن السياحة الصيفية الإقليمية ستقل لدفع الشمال الأوروبي، ولنشاط السياحة الداخلية فيه، وستظهر للوجود مناطق سياحية جديدة (موسى، 1997، ص 33)

- **الشكل العام:**

تعد المناظر الطبيعية الجذابة من العناصر الهامة كأحد عوامل الجذب السياحي. وتتعدد هذه الأشكال تبعاً لطبيعة المناطق المختلفة. ويعد تنوع مظاهر سطح الأرض من العوامل الرئيسية التي تزيد من قوة جاذبية أية منطقة، وتزيد من أهميتها السياحية إذ أن اختلاف المظهر التضاريسي، وما يحدثه من تغيرات في الأحوال المناخية، واختلاف أنواع النبات والحيوان،

وادي أرطاس جنوب بيت لحم في الضفة الغربية

يزيد من الرغبة في التعرف على تلك المواقع؛ حيث أصبح تغيير المكان هدفاً لدى الكثيرين، ففي المناطق الجبلية تتعدد أشكال السطح متمثلاً في سلاسل الجبال، وانحدار الأودية الجافة منها والجارية مكونة الدلتا عند أقدام الجبال. كما تتمثل في هذه المناطق أيضاً ظاهرة الجروف والخوانق تبعاً لاختلاف انحدارات الجبال من جهة وأخرى. كما تتعدد الأشكال لهذه السطوح الجبلية المرتبطة بظواهر البراكين مكونة الجبال المخروطية المتميزة قممها بالبحيرات التي كانت في الأصل فوهات لهذه البراكين. كما تتعدد أيضاً أشكال السطح المرتبطة بالسطوح المائية، والتي تضفي على

الطبيعة جمالاً. وتتمثل هذه الأشكال في البحيرات وكذلك البحار الحاوية للشعب المرجانية، بالإضافة إلى شواطئها الساحلية الرملية أو الحصوية للاستمتاع بالسياحة والحمامات الشمسية، كما تمارس فيها رياضة التزحلق واليخوت والأشرعة وصيد الأسماك والحيوانات البحرية.

وترتبط السطوح الجبلية والمائية بظاهرة الشلالات، التي تعد أحد عناصر الجذب السياحية العالمية، كشلالات نياجرا في الولايات المتحدة الأمريكية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 64)، فنتج عن تعدد أنشطة السياحة والترويح في أقاليم الجبال والأراضي عالية المنسوب (التسلق، والتزحلق، والصيد، والاستجمام في المنتجعات الجبلية) والتي تتصف بكثافة الاستخدام في كثير من مناطق العالم (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 117) أن أصبحت نطاقات عديدة منها في العالم تتصف بكثافة استغلالها بعد أن كانت تمثل بيئات بعيدة عن تجمعات السكان، ويتعذر تغيير ملامحها الطبيعية طوال فترات زمنية طويلة. فقد أدت الإنشاءات المرتبطة بصناعة السياحة في أقاليم المرتفعات مثل: شق الطرق، وحفر الأنفاق، ومد أنابيب المياه والصرف، وخطوط نقل الطاقة الكهربائية، ومد الأعمدة والمباني والأسلاك الخاصة بالمصاعد الكهربائية (التليفريك) إلى حدوث تغيير في كل من الخصائص الطبيعية للمرتفعات، وأنماط الحياة الحيوانية والنباتية الطبيعية فيها، وذلك بالقضاء على بعض التجمعات النباتية الطبيعية، وبالتالي تضييق الخناق على حركة الحيوانات البرية، بل والقضاء على أعداد كبيرة منها، خاصة أنها تفشل في العثور على ملاجئ طبيعية تحميها من العواصف الهابة على السفوح الدنيا بصورة خاصة، مما يعني أن السياحة أدت إلى تراجع الحد السفلي لنطاق الحياة الحيوانية البرية فوق الجبال إلى أعلى بعيداً عن المناسيب المستغلة في الأغراض السياحية(*)، كما، أسهمت بعض الطرق المرصوفة فوق السفوح في تغيير نظم التصريف النهري،

(*) حالت الإنشاءات السياحية في بعض نطاقات الأودية بمرتفعات الهيملايا دون لجوء بعض الحيوانات البرية إليها خلال شهور الشتاء، مما أدى إلى القضاء على أعداد كبير منها.

بل وتعرض مياه بعض المجاري المائية الجبلية للتلوث، بالإضافة إلى تعرض تربة بعض السفوح للتعرية، وانهيار أجزاء من سفوح بعض المرتفعات مثل الإنشاءات الخاصة بالمصاعد الكهربائية (التليفريك)، وهو ما يمكن أن نسميه بتعرض بعض السفوح الجبلية للتعرية بفعل الإنسان، انعكس ذلك على تغيير بعض الملامح الطبيعية لسفوح المرتفعات، والتي انعكست آثاره على الحياتين الحيوانية والنباتية، ولا يمكن وقف مثل هذه الإنشاءات السياحية في المناطق الجبلية أو الحد منها، خاصة مع تزايد أهمية السياحة وتعاظم دورها في الدخل القومي للعديد من دول العالم. فقد أسهمت مثل هذه الإنشاءات في تزايد أعداد السياح الوافدين إلى دولة نيبال في نطاق مرتفعات الهملايا إذ بلغ عددهم 223 ألف سائح عام 1986، بعد أن كان لا يتجاوز ما بين 6000 إلى 100 ألف سائح خلال عامي 1962 و 1975 على التوالي، وعمد الإنسان في بعض الأقاليم الجبلية إلى إكسابها سمة أو صفة تعمل على خلق عرض سياحي، كما فعل الأمريكيون الذين استغلوا سفوح جبل راشمور **Rushmore** بولاية ساوث داكوتا "**South Dakota**" في نحت رؤوس ضخمة تمثل أربعة من رؤساء الولايات المتحدة الأمريكية وهم: جورج واشنطن، جيفرسون، تيودور روزفت، إبراهام لينكولن. وأصبح هذا الجبل يمثل مزاراً سياحياً يجذب أعداد كبيرة من الزوار كل عام (الزوكة، 1996، ص 133 – 135).

ويندرج تحت الأشكال المائية، ظاهرة العيون المائية الطبيعية التي يستمتع بمناظر نافوراتها الطبيعية بالإضافة إلى خواصها العلاجية التي تمثل العنصر الأساسي للسياحة العلاجية.

ولا تقتصر الاستمتاع بمناظر الأشكال المائية على المناطق الدافئة فحسب، بل تجمد أسطح هذه المياه سواء أكانت ابحر أو بحيرات أو أنهاراً في المناطق الباردة تعد أحد الجذب السياحي. وتمثل الحياة النباتية أحد مكونات العناصر الطبيعية ذات الجذب السياحي، بما تشمله من مناطق رعوية أو غابات استوائية كانت أو معتدلة أو صنوبرية، وبما تشمله من حيوانات برية تجذب السائحين لاصطيادها، أو الاستمتاع

بنمط معيشتها الطبيعية في حدائق الحيوان المفتوحة (السفاري)، مثل تلك المنتشرة في اواسط أفريقيا في كينيا وأوغندا، بالإضافة إلى رياضة صيد الأسماك في مستنقعاتها والحيوانات البرمائية في أنهارها (الأفندي، د.ت، ص 64- 65).

وتعد أراضي المستنقعات و السبخات March Land التي تتصف بضحولة مياهها وكثرة النطاقات البحرية التي تخترقها سواء كانت على خط الساحل أو في الأجزاء الداخلية من الأقاليم مناطق جذب سياحي نظراً لجمال ملامحها الطبيعية، وتعد فصائل الطيور والأسماك بها، وتفرد المجاري المائية فيها بخصائص خلابة (الزوكة، 1996، ص 136). كما تعد المناطق الصحراوية أحد عوامل الجذب السياحي، من حيث طبيعة نباتاتها الطبيعية سواء من حيث ندرتها أو فوائدها الطبيعية، بالإضافة إلى حياة ساكنيها من بدو ورحل ورعاة، وامتداد أسطحها المترامية من رمال وتلال التي تختلف عما اعتاده السائحون القادمين من البلاد الجبلية أو السهلية (الأفندى، بدون. تاريخ، ص 65).

وأضحت "سياحة الصحراء" إحدى السياحات الحديثة التي تحتل مكانة أولية ضمن رغبات السائح، لتوفر الأجواء الهادئة في المناطق الصحراوية والبعيدة عن الضوضاء المتوافرة في المدن، بالإضافة إلى عدم تعرضها للتلوث الذي يعتبر مشكلة رئيسية تجابه السياحة في الوقت الحاضر، هذا عدا عن أنها تلبي رغبة أخرى هامة وهي السماح للسائح بممارسة هواية المغامرة في صيد الحيوانات، وركوب الجمال لاكتشاف مناطق لم يتح له اكتشافها من قبل وللعودة إلى الطبيعة (ابو رباح، 1998، ص 187).

- **المسطحات المائية:**

تعد المسطحات المائية، (البحار والبحيرات والأنهار) ذات قوة جاذبة للباحثين عن الاستجمام. كما تضفي على مظاهر السطح الكثير من التنوع الذي يجذب المشاهدين، فالاستجمام في البحر يجذب الملايين من الناس سنوياً إلى السواحل، ولذلك تلعب السواحل دوراً هاماً في اجتذاب السياحة الداخلية والخارجية على السواء. والساحل له جماله الطبيعي، وتزداد الأهمية إذا ما توافرت به الشواطئ الرملية

لاسيما إذا كانت هذه الشواطئ عرضة وذات خلجان محمية من الأعاصير والتيارات البحرية والأمواج. (عبد الحكيم والديب، 1995، ص61).

وتختلف الكتل القارية في العالم من حيث طبيعة وأطوال سواحلها البحرية بالنسبة لمساحاتها، وهي ظاهرة تعكس طول السواحل المتعرجة التي يكثر في نطاقاتها الخلجان البحرية متباينة الخصائص، وتعدد ظاهرة أشباه الجزر. وتعد الخلجان البحرية وأشباه الجزر، من الظاهرات التي استغلت سياحياً في عدد من أقاليم العالم.

ويخدم الكيلومتر الطولي من السواحل البحرية لحو 502 كيلومتر مربع من مساحة اليابس على مستوى العالم. ويتباين هذا المتوسط على مستوى القارات تبعاً لعاملي المساحة الكلية وطول خط الساحل. فبينما لا يتجاوز 282,8 كيلومتراً مربعاً في أوروبا، في حين يبلغ هذا المتوسط 321 كيلومتر مربع في قارات أمريكا الانجلوسكسونية، 394,1 في أستراليا، 404,5 في انتاركتيكا، 621 في أمريكا اللاتينية، 628 في آسيا و 993 كيلومتر مربع في أفريقيا، مما يؤكد أن الطبيعة البحرية للقارة الأوروبية، وتعدد خلجانها وأشباه الجزر بها والتي استغلت على نطاق واسع في الأنشطة السياحية والترويحية،خاصة في إيطاليا، وفرنسا، وأسبانيا، واليونان، وبريطانيا، وتركيا، مما يلقي الضوء على مدى توافر الخلجان البحرية وأشباه الجزر – وهما من الظواهر التي لا يمكن استغلالها في مجال السياحة – على مستوى قارات العالم. وقد بلغت أقصاها في أوروبا، وأدناها في قارة أفريقيا (الزوكة، 1996، ص 122 – 124).

كما أن مناخ الأقاليم الساحلية له أثر كبير في جاذبيتها للسائحين فعلى سبيل المثال، نشأت أهم المنتجعات الساحلية في بريطانيا على السواحل الجنوبية والشرقية؛ لأن هذه السواحل أكثر دفئاً وأقل أمطاراً في فصل الصيف، كذلك الحال في مصر حيث تتركز المصايف على ساحل البحر المتوسط، بسبب اعتدال مناخه صيفاً، في حين تتركز المنتجعات الشتوية في ساحل البحر الأحمر لنفس السبب (عبد الحكيم والديب، 1995، ص61).

وتعد المسطحات المائية من أحب مناطق الإجازات، خاصة، إذا توافق موقعها مع سطح متباين، ووجود الغابات حيث تصبح بذلك مكاناً مثالياً للسياحة، كما هو الحال في بحيرة ديستركت في بريطانيا، وكذلك بحيرة كيرتنرزي في النمسا. ويذكر بيزلر Paesler أن ما نسبته 45 – 50٪ من المجموع السنوي للمتنزهين من مدينة ميونخ في ألمانيا يتوجهون إلى بحيرات بايرن العليا – شفيبشن، ويرتبط استغلال هذه البحيرات بإمكانية وسهولة الوصول إليها، وبالمساحة المجاورة لشواطئها من أجل ممارسة نشاطات وقت الفراغ. ويمكن القول أن هناك عوامل محددة تقف في وجه استغلال هذه البحيرات مثل علاقات ملكية الأراضي واستغلالها، وكذلك استحالة ممارسة بعض نشاطات وقت الفراغ مثلاً في حالة تخصيص مياه البحيرات للشرب، (كولينات وشتاينيكه،1991، ص83).

وترتبط بالسواحل العديد من الأنشطة الاستجمامية مثل: السباحة والغطس والتجديف واليخوت والتزلج على الماء والتنزه والسير والصيد ... إلخ. كما يكتفي كثير من الأفراد بالجلوس على الشاطئ للتمتع بجماليات البحر (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 61).

وتعتبر الجزر ذات جاذبية مهمة في مجال سياحة الاستجمام في الماء، إذ أنها توفر إجازة هادئة ومنزوية وذات حيات اعتيادية، ونظراً لأن المسطحات المائية الداخلية تتعرض للتلوث بسرعة، كما هو الحال، في مياه البحر القريبة من السواحل. وفي الأقاليم المدارية وشبه المدارية كما تعتبر وسطاً لنقل الأمراض السارية لذلك فهي تصبح غير صالحة للاستجمام. وتعتبر المياه الداخلية ذات الملوحة العالية مثل البحر الميت عالية الجاذبية.(كولينات وشتاينيكه، 1991، ص84)

وقد استغلت الموارد السمكية في بعض المواقع البحرية وخاصة إذا كانت موارد غنية ومتنوعة في تنظيم مهرجانات لصيد الأسماك خلال فترات محددة من السنة، تسهم في تنشيط السياحة لجذبها أعداد كبيرة من هواة صيد الأسماك، كما هو الحال

في ولاية فلوريدا الأمريكية، والعديد من جزر الكاريبي، وبعض جزر المحيط الهادي وسواحل البحر الأحمر المصرية واستراليا (الزوكة، 1996، ص121).

وفي بعض الأقاليم المناخية فإن الاستجمام يؤدي وظيفة علاجية، وتشكل البحار والأنهار قاعدة رئيسية لكثير من المناطق السياحية. وتكمن المزايا الصحية للبحار في حركتها الدائمة، وإلى وجود الأملاح التي تحول بين مياهها وبين الركود والتعفن ويؤثر هذا بدوره على الهواء القادم منه. أما الأنهار والجداول فتمثل أهمية مميزة في الأماكن السياحية، خاصة، إذا كانت صالحة للاستجمام والرياضة المائية وصيد السمك، وتستعمل الأنهار والقنوات بشكل متزايد لرياضة القوارب. ففي فرنسا وبريطانيا، تمت المحافظة على القنوات القديمة لاستخدامها من قبل قوارب المتنزهين.

وتلعب المسطحات المائية والعيون المائية دوراً مهماً في تنشيط السياحة الداخلية والخارجية في فلسطين، خاصة أنها تتميز باعتدال مناخها، وجمال شواطئها، كما أن وجود البحر الميت يشكل مصدر جذب سياحي رئيسي في المنطقة، نظراً لما يتميز به هذا البحر من مميزات، إضافة إلى ذلك، يعتبر نهر الأردن الذي يصب في البحر الميت من الأماكن ذات الجذب السياحي؛ بوجود المغطس فيه، ويقع على بعد 10 كيلومترات إلى الشرق من مدينة أريحا. ويعتقد المسيحيون بأن يوحنا المعمدان "يحي عليه السلام" قد عمد السيد المسيح عليه السلام فيه (قيصي، 2000، ص47)، ويحج للمغطس في عيد الغطاس في 6 كانون الثاني الألوف من الحجاج المسيحيين؛ حيث يجري احتفال كبير ينزل القساوسة خلاله وسط الأناشيد إلى القوارب في مياه النهر المقدس، بينما يلقي عشرات الأهالي والسياح بأنفسهم في الماء تبركاً، ويشترك المرضى في هذا اليوم طمعاً للشفاء، وينتهز الباعة الفرصة ليبيعوا ماء النهر معبأة بزجاجات (مرعي، بدون تاريخ، ص 102). ويقصد السياح إلى العيون والينابيع المائية الحارة والباردة بغرض الاستجمام والعلاج، كما تستخدم كمورد رئيسي للمياه.

- البنية والتركيب الجيولوجي:

يقلل كثير من الدارسين للسياحة ومقوماتها الجغرافية من أهمية دراسة هذا العنصر بالرغم من أنه يقدم للسياحة وأنشطتها في كثير من مناطق العالم عناصر جذب قوية، ومقومات مدعمة لنشاط حركة السياحة بها، ويكفي في هذا المجال الإشارة إلى تفاعل الصخور حسب نوعها ومدى صلابتها أو ليونتها وعوامل التعرية المختلفة التي تعيد تشكيل هذه الصخور لتعطي في كثير من الأحيان مظاهر طبيعية وأشكال صخرية جذابة يمكن أن تشكل عرضاً سياحياً (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 115). كما أن الصخور تحتوي على أنواع عديدة من المعادن التي تتباين في ألوانها مما ساعد على جذب أعداد من السائحين وخاصة سياحة التجول بين المناظر الطبيعية بهدف المتعة والإثارة كما هو الحال في معظم جبال سيناء وجبال الألب بايطاليا (السعدني، بدون تاريخ، ص 138).

ولاشك أن البنية والتركيب الجيولوجي لها تأثير مباشر على أنماط البناء المستخدمة في هذه المنطقة أو تلك، والمظهر العمراني لتلك المنطقة، وشبكة النقل والمواصلات، وغير ذلك من مظاهر ذات تأثير مباشر على حركة السياحة، كما أن معرفة التكوينات الجيولوجية لمنطقة ما ضرورية بالنسبة للمخططين عند إقامة المشاريع والخدمات السياحية المختلفة مثل، التعرف على الأخطار البيئية المحتملة من حدوث الهزات الأرضية، وما تلحقه من دمار بالمباني والمنشآت المختلفة والإنجرافات والانهيارات الأرضية، وفيضانات السيول والأودية، لتجنب المواقع التي يمكن أن تتعرض لمثل هذه الأخطار، قبل التفكير في إقامة أي مشروع سياحي، لذلك لا بد من الأخذ بعين الاعتبار هذه الأخطار عند التفكير في إقامة أي مشروع سياحي، وموائمة التصاميم في مواقع المنشآت.

ومن الناحية الجغرافية يتباين التركيب الصخري في أي إقليم أو منطقة في العالم أفقياً وراسياً تبعاً لعدة عوامل يأتي في مقدمتها الأزمنة والأحقاب الجيولوجية، الحركات التي انتابت القشرة الأرضية، عوامل التعرية. لذلك يتصف التركيب الجيولوجي للطبقات الأرضية بالتنوع الشديد تبعاً لما تحويه من صخور ومعادن

وعناصر مختلفة. ويعنينا في هذا المجال (السياحي) الطبقات الأرضية السطحية، وما قد تحويه من صخور جميلة المنظر أو عناصر معدنية أو حفريات، غريبة التكوين، تعمل على جذب أعداد كبيرة من هواة جمع مثل هذه التكوينات الطبيعية التي تقوم عليها أحياناً أنشطة السياحة والترويح، كما هو الحال، في الجزر البريطانية بصورة خاصة (الزوكة، 1996، ص 126).

وتتفاعل التراكيب الجيولوجية للطبقات الأرضية مع عوامل التعرية المختلفة أحياناً لتكون أشكالاً صخرية متفردة الملامح جميلة المنظر، ويمكن أن تشكل عرضاً سياحياً، ومن هذه الأشكال نذكر ما يلي (الزوكة، 1996، ص 126-127):

- الأكوام أو المسلات البحرية المعروفة باسم Sea tacks والتي تمتد أمام بعض السواحل البحرية. وتكونت بفعل نحت الأمواج في التكوينات الصخرية الساحلية، ومن أشهرها وأجملها مسلات أو صخور الروشة الممتدة أمام ساحل مدينة بيروت في لبنان، وصخور الساحل الغربي لجزيرة وايت Wight الواقعة قبالة الساحل الجنوبي لبريطانيا إلى الجنوب الغربي من مدينة بور تسموث.
- الكهوف أو المغارات الطبيعية: وهي عبارة عن تجاويف في التركيب الصخري تمتد إما على الجروف الساحلية أو تحت مستوى سطح الأرض. ومنها ما يتكون في الأقاليم التي تسودها التكوينات الجيرية بفعل المياه الجارية التي تكون مجاري مائية جوفية تتسع في بعض المواقع لتكون كهوف بديعة المنظر تتفرد بوجود رواسب كلسية إما تكون مدلاة من سقف الكهف "هوابط Satactite" أو قائمة من أرضية الكهف "صواعد stalagmite" . ومن أمثلتها مغارة جعتيه الواقعة عند المجرى الأدنى لنهر الكلب في نطاق مرتفعات لبنان الغربية، والتي تعد من المزارات السياحية الهامة في لبنان. وتكثر مثل هذه الكهوف في إقليم كارست المطل على البحر الأدرياتي في شبه جزيرة المورة باليونان وهضبة Causse المطلة على سواحل جنوبي فرنسا. ومن الكهوف الطبيعية المستغلة سياحياً كهف ماموث Mammoth في ولاية كنتاكي الأمريكية والذي اكتشفت لأول مرة عام 1798م،

ونظراً لكثرة المترددين عليه من الزوار والسياح ولحماية ملامحه الطبيعية، اعتبر متنزهاً قومياً أمريكياً منذ عام 1926، وفي مصر يقع كهف وادي سنور على بعد 70 كم جنوب شرق مدينة بني سويف (عز الدين وعاشور، 2005، ص 119).

- الغابات الصخرية Stone Forests: وهي تختلف عن الغابات المتحجرة الناتجة عن تحجر الغابات، حيث تتألف من تكوينات صخرية كلسية تمتد في أشكال رأسية قائمة (تلال) تبدو وكأنها جذوع أشجار صخرية، لذا يطلق عليها تعبير "غابات صخرية" حيث تتصف بأشكالها الجميلة متفردة الملامح، وترتفع هذه التلال في بعض الأحيان إلى نحو 20 متراً فوق سطح الأراضي المجاورة وهي تكثر في كوبا ونيوزيلندا وجزر بورتوريكو وبعض جهات غربي لبنان، حيث يطلق عليها أسماء محلية مختلفة، ففي منطقة الكارست اليوغسلافية (سابقاً) يطلق عليها اسم همز Hums، وفي كوبا موجوتز Mogotes (عز الدين وعاشور، 2005، ص 120).
- الشلالات والمساقط المائية: كونتها بعض الأنهار التي تشق مجاريها في تكوينات صخرية متباينة من حيث التركيب والخصائص، والتي تأتي الصلابة في مقدمتها. ومن أشهر شلالات العالم المستقلة سياحياً نياجرا التي تنحدر مياهها من ارتفاع 167 قدم. وتعد شلالات أنجيل Angell الواقعة جنوب شرقي فنزويلا أكثر المساقط المائية ارتفاعاً في العالم. إذ تنحدر المياه من منسوب 3281 قدم، يليها شلالات توجيلا Tugela في ناتال بجنوب أفريقيا في المركز الثاني 3000 قدم، ثم شلالات كوكونان في فنزويلا 2000 قدم وشوتنرلاند Sutnerland في الجزيرة الجنوبية نيوزيلندا 1904 قدم.

وتعد مدينة نياجرا الواقعة شمال غرب ولاية نيويورك الأمريكية، متتجعاً سياحياً يعتمد أساساً على شلالات نياجرا وهي تقع على الجانب الأمريكي لنهر نياجرا، في حين يوجد منتجع سياحي ثاني على الجانب الآخر للنهر داخل مقاطعة أدنتايو في كندا.

وتتميز بعض التكوينات الأرضية الرسوبية ذات البناء المفكك كالرمال والتكوينات الطينية بخصائص علاجية. نظراً لما يدخل في تركيبها من عناصر معدنية وكيميائية تفيد في علاج بعض الأمراض مثل الروماتزم كما هي الحال بالنسبة لرمال واحة سيوه وحلوان في مصر، وبعض سواحل البحر الأسود في أوكرانيا ورومانيا، وقد استغلت مثل هذه التكوينات الأرضية في بعض دول العالم في إقامة منتجعات طبية وخاصة في رومانيا والتشيك وسلوفاكيا (الزوكة، 1996، ص 128).

- **الحياة الحيوية والجذب السياحي:**

تمثل الحياة الحيوية لأي إقليم نتاج لتفاعل ضوابط طبيعية متعددة، وتعد الظاهرات النباتية الحيوانية موارد متنوعة من الوجهة السياحية، فطبيعة المناطق النباتية وما تضم من حيوانات مميزة ومناظر جذابة مشجعة تحرك الناس للمشاهدة والتمتع بجمال المنظر الطبيعي، كما أن ما تتميز به شجعت أنواع من السياحة تمثل: سياحة الصحراء، والحدائق القومية، وصيد الحيوان البري ودراسة الحياة الطبيعية ومشاهدة المناظر الطبيعية والبيئة، فالمغريات السياحية من تنوع للنباتات الطبيعية والحيوانية تلعب دورا في تشكل وتنشيط العملية السياحية كما تعتبر مقصدا للسائحين للتمتع بجمال الطبيعة والابتعاد عن التلوث بأشكاله المختلفة والازدحام وتوتر الأعصاب التي تتسم بها الحياة المدنية، فالظاهرات النباتية والحيوانية توفر موارد متنوعة من الوجهة السياحية (الحريري، 1991، ص 71).

- **الحياة النباتية:**

يكون النبات الطبيعي جزءا من الحياة الحيوية، حيث تأخذ الغطاءات النباتية أشكالا رئيسية ثلاث هي: الغابات والأعشاب والصحاري، وتختلف الأشكال النباتية في كل من الغطاءات النباتية في كثير من الخصائص الرئيسية، وهناك اختلافات كبيرة في أنواع كل من هذه الأشكال الثلاثة على مستوى النطاقات المناخية، أو من حيث الأنواع وخصائص وطبيعة الإقليم النباتي... وهي تكوينات حيوية للحياة الحيوانية،

هي في مجموعها تقدم ظاهرات حياة متميزة عن الطبيعة الجامدة التي تحتويها أو تحيط بها (الحريري، 1991، ص 71).

ويمثل وجودها وتنوعها واختلاطها وتداخل ظاهرات الحياة بأنواعها شديدة التباين بها عناصر جذب للإنسان تبعده عن البيئة الاصطناعية التي ابتدعها وعاش فيها بما تضم من ضجيج وضوضاء أصوات ورتابة وتوتر ومشاهدة كتل جامدة مبنية لأنبض بالحياة .. ولكن يغلفها العرق والإجهاد و الصراع والتزاحم لذلك فان الحنين يدفع الإنسان باستمرار إلى أن يخطط وينفذ بقع حية تعود به إلى أحضان الطبيعة الحية من مناطق خضراء اصطناعية أو مناطق لتجمعات حيوانية. ولذلك كانت المناطق الطبيعية التي تضم ظاهرات حية مع غيرها من المكونات الطبيعية غير الحية تمثل عنصر تهدئة للنفوس والأبدان والعقول التي أجهدتها الرتابة، ومن هنا أصبحت مناطق جذب لحركة بشرية مؤقتة، فخرج الإنسان إلى الريف بعيدا عن قيود وحواجز الحضرية، وفر إلى مناطق الغابات والأعشاب، بل وإلى الصحاري بمناظرها وطبيعتها وهوائها الذي يخفف من التلوث بجوانبه المتعددة، وقد مارس الإنسان في هذه البيئات الحيوية ضروبا متنوعة متعددة من أنواع السياحة والترويج بالتجوال والإقامة والصيد، باستخدام وسائل النقل العضلية والبسيطة المحلية في مناطقها، أو أحدث ما توصل إليه من طائرات أو سيارات، وعاش في بساطة الطبيعة كجزء منها أو تقل معه جانبا من الأدوات المدنية ، فأقام بالمخيمات والمعسكرات، وأقيمت النزل والفنادق والقرى السياحية في المنتجعات الحيوية الطبيعية ... وجاءها الإنسان دارسا أو مشاهدا أو صيادا أو جوالا مستكشفا (الحريري، 1991، ص 72).

وهكذا يمثل النبات الطبيعي، أساسا هاما من أسس صناعة السياحة في العديد من أقاليم العالم لما يتمتع به من ملامح طبيعية ذات قيمة جمالية وأهمية ثقافية (حضارية) ومجال للعديد من أنشطة السياحة والترويح في مثل هذه البيئات التي تتفرد بالفطرة والخلاء والامتداد المتصل (الزوكة، 1996، ص 148).

جدير بالذكر، أنه بعد تقدم الإنسان الحضاري، وتزايد أعداده وبالتالي تزايد حاجته إلى المراعي والأخشاب والأراضي من أجل إنتاج الغذاء، عمل على إزالة النباتات الطبيعية من مساحات واسعة في العروض الحرارية المختلفة، بحيث أصبح تواجد النبات الطبيعي قاصرا على مساحات محددة من العامل تتركز معظمها أما في العروض المدارية حيث يعيش الإنسان في مستوى حضاري غير مرتفع، وإما في العروض الباردة متطرفة الموقع كما هو الحال في شمال اوراسيا وأمريكا الشمالية وإما على السفوح الجبلية مرتفعة المنسوب (الزوكة، 1996، ص 148-149).

وحرص الإنسان من منطلق الحفاظ على ملامح البيئة الطبيعية وصيانة مواردها على إعادة تشجير العديد من النطاقات الغابية، وزراعة المروج والبراري الجميلة في البيئات المفتوحة الواسعة بحيث أصبحت تبدو وكأنها نطاقات نباتية طبيعية تنفرد بجمال ملامحها مما مكن من استثمار بعضها في مجال السياحة والترويح، وخاصة في الدول الأوروبية وجهات متفرقة من الولايات المتحدة الأمريكية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 70).

وتغطي الغابات مساحة تقدر بحوالي 4068.5 مليون هكتار، وهو ما يعادل 31.1٪ من جملة مساحة اليابس في العالم بينما تشغل المراعي والمروج الخضراء مساحة 3214.3 مليون هكتار وهو ما يوازي 24.6٪ من إجمالي مساحة اليابس في العالم (الزوكة، 1996، ص 149).

ولا يتحقق الطابع الجمالي للتجمعات النباتية بمختلف أنماطها إلا في إطار التناسق البيئي بين النبات الطبيعي وغيره من عناصر البيئة التي يأتي المناخ والسطح في مقدمتها. وتعد الغابات نمطاً من أنماط السياحة والترويح، خاصة إن كانت قصيرة الأجل، لا تزيد مدة السياحة على ثلاثة أيام، وخاصة بالنسبة لسكان المحلات العمرانية القريبة منها، والذين يسعون إلى زيارتها والاستمتاع بمناظرها الجميلة، وبيئاتها المفتوحة البعيدة عن مصادر التلوث خلال الإجازات القصيرة وعطلات نهاية الأسبوع.

ومعظم السائحين في الغابات إما أن يكونوا من الباحثين عن الهدوء المحبين للخضرة وملاحظة الطيور، أو من كبار السن الساعين إلى ممارسة رياضة السير، خاصة إذا كانت سطوح الغابات مستوية وغير مضرسة ويتخللها بحيرات يمكن ممارسة هواية صيد الأسماك فيها، أو من الباحثين عن الظل، وخاصة في الأقاليم المدارية المشمسة.

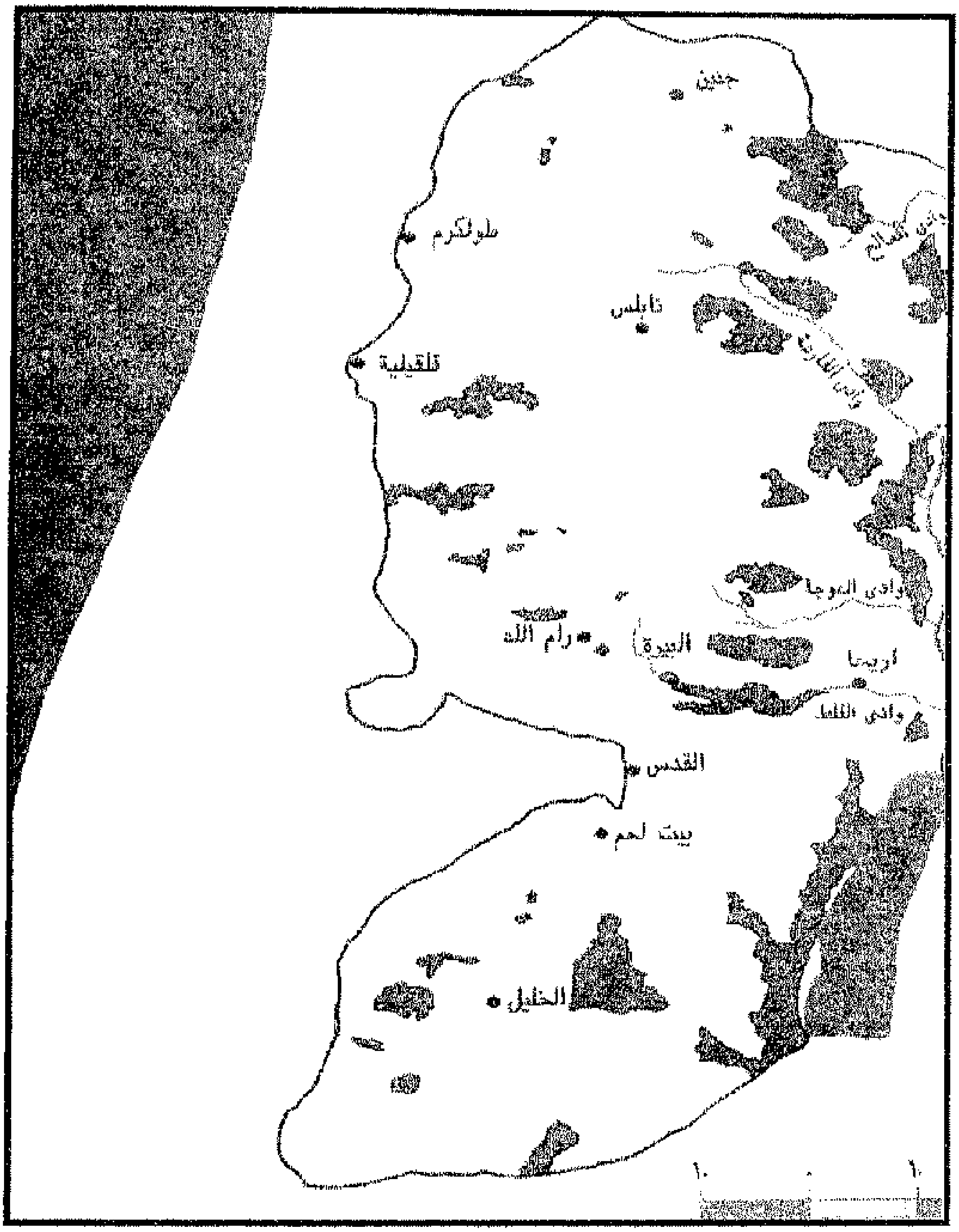
ومن أميز النطاقات السياحية المعتمدة على أنماط النبات الطبيعي في ممارسة أنشطة السياحة والترويج بها المتنزهات الواسعة **parks** المنتشرة في عدد كبير من دول العالم، والتي تأتي الولايات المتحدة في مقدمتها إذ يوجد بها نحو **320** متنزها قوميا، تبلغ جملة مساحتها نحو **31** مليون هكتار، وهو ما يكون **3.4**٪ تقريبا من جملة مساحة الدولة، والمتنزه القومي عبارة عن نطاق متسع من الأرض يتصف بجمال ملامحه الطبيعية، وبثراء الحياة الفطرية في نطاقه، مما يعني عدم تأثره بأي منظر بشري إلا في حدود ضيقة للغاية، ويعد اليلوستون **yalow stone** الممتد بين ثلاث ولايات أول منتزه قومي **National park** تم تشييده في الولايات المتحدة الأمريكية من أجل استمتاع الإنسان بجمال الطبيعة الخلاب وكان ذلك في عام **1872**. وروعي في اختيار مواقع المتنزهات بالإضافة إلى خصائصها الطبيعية أن تكون قريبة قدر الإمكان من المحلات العمرانية الرئيسية، حتى يستمتع أكبر عدد ممكن من البشر بهذه النطاقات الجميلة (الزوكة، **1996**، ص **150**).

وخلال أربعين عاما بعد إنشاء منتزه اليلوستون ظهر على خريطة الولايات المتحدة نحو **34** منتزها قومياً، وتم تأسيس هيئة عرفت باسم **National Parks Service** فيها عام **1916** مما أسهم في الحفاظ على مثل هذه النطاقات ذات القيمة الجمالية والعلمية الكبيرة، والتي أصبحت تشكل مزارات سياحية وترويحية تستقبل أعداد ضخمة من الزوار كل عام (الأفندي، بدون تاريخ، ص **71**).

وانتقلت ظاهرة المتنزهات القومية إلى كندا حيث تم تشييد أول منتزه قومي فيها عام **1887**، وعرفت بريطانيا هذه المتنزهات وتوسعت في تشييد أعداد كبيرة منها، وخاصة،بعد عام **1949** عندما تم تكوين أول إدارة في الدولة لصيانة مثل هذه

المتنزهـات، لـذلك تم إعـداد عـشرة متنزهـات قوميـة خـلال الفـترة الممتـدة بـين عامي 1951 – 1957. وشغلت هذه المتنزهات نحو عشر مساحة انجلترا وويلـز، وهـي تستقبل نحو 25 مليون زائر كل عام، وأدى نجاح المتنزهات القوميـة في الـدول، المـشار إليها إلى انتشارها في العديد من دول العالم، كما شجع على التوسع في إنشاء المحميـات الطبيعية. ويوجد في العالم حاليا نحو 1200 متنزها قوميا ومحمية تتوزع علـى نحـو مائـة دولة (الزوكة، 1996، ص 150).

وتوجد في فلسطين العديد من المحميات الطبيعية والغابـات الـتي تـشكل منـاطق جذب سياحي،" أنظر الى شكل رقم " " ومناطق استقطاب للسياح والـزوار في الـسياحة الداخلية، مثل برك سليمان في بيت لحم التي تصل مساحتها علـى حـوالي 150 دونمـا وجبل عزموط في نابلس الذي تصل مـساحته إلى 700 دونم ووادي القـف في الخليـل الذي تصل مساحته إلى 350 دونم،



المحميات الطبيعية في الضفة الغربية

المصدر: عبد القادر إبراهيم حماد، الضفة الغربية لنهر الأردن دراسة في جغرافية السياحة، رسالة دكتوراه غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك، جامعة عين شمس، القاهرة، **2003**، ص **42**.

ولقد ساهمت الحروب المتوالية في فلسطين وقطع الأشجار الجائر من أجل السكك الحديدية، أو من أجل التدفئة، وغيرها، على تحطيم ثروة غابية هائلة في فلسطين خلال القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين الماضي، ولم يبق منها إلا القليل، خاصة المناطق البعيدة عن السكن أو في المناطق المحيطة ببعض المؤسسات مثل المستشفيات والأديرة والمراكز العسكرية (حماد، 1994، ص 63).

ومنذ الاحتلال الدولة الكيان الصهيوني في فلسطيني للأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة في العام 1967 تناقصت مساحات الغابات والمراعي النباتات الطبيعية بصورة خطيرة، حيث شرعت سلطات الاحتلال الإسرائيلي في تنفيذ مخططاتها للاستيلاء على هذه الأراضي ضمن مخططها العام للاستعمار السكاني للأراضي الفلسطينية والضغط المستمر على الشعب الفلسطيني لتهميش العلاقة الفاعلة والتناغم الطبيعي بين الإنسان والأرض (حماد، 2003، ص 39-40) إذ تناقصت مساحة المراعي الطبيعية من حوالي 2 مليون دونم في العام 1967 إلى حوالي 600 ألف دونم في العام 1995، وفق مصادر وزارة الزراعة الفلسطينية مما سبب ضغطا رعويا جائرا دمر الغطاء النباتي ونتج عن ذلك انجراف التربة، كما تناقصت مساحة الغابات الفعلية من 301560 دونم عام 1970 إلى 123800 دونم عام 1995، أي مقدار النقص بلغ 93240 دونم أي بنسبة – 59٪ من المساحة بدلا من مضاعفتها الطبيعية، كما أن كثافة الأشجار في الغابات قد تناقصت من 80-100 شجرة للدونم في الغابة المزروعة، إلى 60 شجرة فقط، وفي الطبيعة تناقصت من 20-25 شجرة للدونم إلى 5-10 شجرات فقط.

وتضم هذه الغابات والمحميات أشجار متنوعة أهمها الخروب، والبلوط، والصنوبر،

عين الديوك

والبطم، وأشجار الزيتون واللوزيات إلى جانب الأشجار الصغيرة مثل: الشيح، والعوسج، والقلاب، والسويد، والدوم، والقطف وغيرها (وزارة الزراعة الفلسطينية، تقرير إحصائي ص 3-4).

إن الحفاظ على ما تبقى من غابات وأحراج ونباتات طبيعية والعمل على زيادتها من خلال التوسع في زراعة الأشجار الحرجية والحد من الرعي الجائر، يساهم في الحفاظ عليها كمنطقة طبيعية هامة، كما يساهم، في تنشيط الحركة السياحية إذا ما أحسن استغلالها، باعتبارها أحد العوامل التي تساهم في اجتذاب السياح والمستجمين، خاصة على صعيد السياحة الداخلية والقادمين من بعض المناطق المجاورة الأخرى.

- الحيوان البري:

للحيوان دوره الهام في الجذب السياحي، فقد نالت مسألة المحافظة على الحياة الحيوانية البرية اهتماماً كبيراً، وذلك، لأغراض متعددة منها الغرض العلمي، والثقافي، والسياحي، والرياضي (عبد الحكيم والديب، 1995، ص 64).

ويقصد بهذا العامل الحيوانات والطيور البرية على السواء، وهي كالنباتات الطبيعية التي تتلاءم مع ظروف البيئة الطبيعية التي تعيش فيها، وان كانت تختلف عنه في قدرتها على الحركة، ويلجأ الحيوان البري للتلاؤم مع عناصر البيئة الطبيعية، وخاصة، مع العناصر المناخية، يتمثل ذلك في اختلاف سمك جلود وفراء بضع الحيوانات وتباين ألوانها بما يتفق وظروف البيئة التي تعيش فيها (الزوكة، 1996، ص 156)

وكما تقل كثافة الغطاء النباتي ويتباين في تنوعه ويزداد فقره، بصفة عامة، بالبعد عن خط الاستواء، حيث المناطق المدارية المطيرة يقل في نفس الاتجاه في الحياة الحيوانية، ويتضاءل نوعها، وذلك لتوافر الغذاء والماء في المناطق المدارية المطيرة طول العام. ورغم أن معظم الحيوانات والطيور تتلاءم مع البيئات التي تعيش فيها بحيث تصبح بيئات مثالية لها، فإنها تلجا أحيانا إلى إتباع أساليب مختلفة من أجل استمرار الحياة، فبعضها يلجا إلى الهجرة شمالا أو جنوبا هربا من أشهر الشتاء البادرة، كبعض فصائل

الطيور، بينما تلجأ بعض الحيوانات في العروض العليا إلى الخمول والاستكانة خلال أشهر الشتاء البارد في حين تستيقظ صيفا حيث تتصف بالحركة والنشاط، ومرد ذلك تعذر الحصول على الغذاء، والماء في هذه العروض خلال الشتاء، وليس المقاومة فصل البرودة كما يتصور البعض. وكان قنص الحيوانات البرية والطيور من الأنشطة التقليدية التي تمارس في كثير من الأقاليم التي تتوافر فيها فصائل الحيوانات البري بأشكالها المختلفة. وازدادت أهمية مثل هذه الأقاليم خلال العقود الأخيرة نظرا لقيمتها في مجال الأبحاث العلمية ،كما طورت أنشطة السياحة والترويح بحيث أصبحت تعتمد بالدرجة الأولى على مشاهدة الحيوانات البرية في البيئات الطبيعية، والتقاط الصور الفوتوغرافية لها لذلك كان من الأهمية بمكان المحافظة على مثل هذه الأقاليم الغنية بحيواناتها الفطرية، وحمايتها من أيه مؤثرات بشرية، وخاصة أنها تشكل أساسا هاما لنمط حياته القائم على مشاهدة الحيوانات البرية ..... (الزوكة، 1996، ص 156- 157). ومن أجل محاولة الحفاظ على هذه الحياة البرية الغنية أنشأت كثير من دول العالم ما عرف باسم "المحميات الطبيعية" National Game Reserve كما هو الحال في دول شرقي أفريقيا وبعض الدول الأوربية (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 123) والتي تهدف إلى الحفاظ على فصائل الحيوانات البرية،.

وتعد شرق أفريقيا من أهم أقاليم العالم التي ظهر فيها مثل هذه المحميات والتي تعرف في دولها باسم Safari Parks . صحيح أن أول محمية في كينيا وهي tasavo national parks أنشئت عام 1948 إلا أن مثل هذه المحميات شهدت طفرات كبيرة في دول هذا الجزء من أفريقيا منذ سنوات النصف الثاني من عقد الستينات وحتى نهاية عقد السبعينات من القرن الماضي إذ أخذت في التزايد بمعدل 30٪ سنويا خلال الفترة الزمنية المشار إليها بعد ظهور أهمية السياحة القائم على الاستمتاع بمشاهدة الحيوانات في بيئاتها الطبيعية، وهي مشاهدة لها سحر وجاذبية خاصة لا تتوفر للمشاهد في الحدائق المخصصة لذلك في نطاق المدن "حدائق الحيوانات"

(الزوكة، 1996، ص 157)، وهي سياحة لها سحرها تجذب اليها الآلاف من الزائرين من مناطق العالم المختلفة (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 123).

وهكذا يمكن القول أن الرغبة في مشاهدة الحيوانات في بيئاتها الطبيعية عملت على جذب أفواج كبيرة من السياح صوب نطاقات محددة في العالم تتوافر فيها مثل هذه البيئات، كما في كينيا، وتنزانيا، وجنوب أفريقيا وبتسوانا التي تستقبل سنويا 600 ألف،100 ألف، و640 الف، و55 الف سائح على الترتيب، وجدير بالذكر، أن مساحة المحميات الطبيعية في شرقي وجنوبي أفريقيا تبلغ حاليا أكثر من 80 الف ميل مربع، اى نحو 207 الف كم2، ومعنى ذلك أن المحميات الطبيعية تشكل احد عوامل الجذب السياحي يعتمد عليها في احد وسائل تحقيق التنمية الاقتصادية إلى جانب إسهامها في الحفاظ على فصائل الحيوانات وحماية بيئاتها الطبيعية (الزوكة، 1996، ص 158).

ثانيا: عوامل الجذب السياحية الجغرافية البشرية:

تتعدد العوامل البشرية المؤثرة في السياحة كظاهرة، وصناعة لتشمل العقيدة الدينية، والظروف السياسية، والسكان العاملون في القطاع السياحي، ووقت الفراغ، ومستوى الدخل، والاستعمار القديم، والعامل التاريخي، ورأس المال، والدعاية، والإعلام السياحي، بالإضافة إلى العوامل الثقافية التي تشتمل على المهرجانات والكرنفالات، والمتاحف، والمعارض، والأسواق الدولية، وأحوال الشعوب وصناعاتهم اليدوية وأساليب حياتهم. ونظراً لتعدد العوامل البشرية المشار إليها وتداخلها سنقتصر على العوامل البشرية الرئيسية:

1- العقيدة الدينية:

تعتبر العقيدة الدينية من بين العوامل البشرية الهامة، التي تلعب دورا كبيرا في التأثير على السياحة سواء كانت محلية أم دولية، حيث أن الرغبة في زيارة الأماكن الدينية تمثل دافعا لاتجاه أعداد كبيرة من السياح والحجاج إلى مناطق محددة من العالم، وفي أوقات معلومة محددة مثل اتجاه ملايين المسلمين لأداء فريضة الحج في مكة المكرمة

زيارة المدينة المنورة حيث قبر الرسول (ﷺ) (الزوكة، 1996، ص 215-216)، كذلك فلسطين المحتلة لزيارة المقدسات الإسلامية والمسيحية في القدس والخليل وبيت لحم والناصرة وغزة، وأريحا. كذلك ترتفع نسبة السياح الأسيويين المتجهين إلى الهند لزيارة الأماكن الهندوسية المقدسة، وحتى أن هذه الشريحة من الوافدين إلى الهند تمثل نحو 40٪ من جملة السياح (الزوكة، 1996، ص 216).

ولا شك أن وجود بعض المقامات والمزارات الدينية يعتبر عاملا منشطا للسياحة الدينية الداخلية مثل مقام النبي صالح ومقام النبي موسى في فلسطين.

وتعتبر فلسطين ذات أهمية دينية خاصة لأصحاب الديانات السماوية فهي مهبط الأديان السماوية الثلاث، ومحور اهتمام المسلمين والمسيحيين واليهود من جميع أنحاء المعمورة.

وتضم فلسطين الكثير من المزارات الدينية الإسلامية والمسيحية بمختلف أنواعها[1] فالقدس الشريف تضم الكثير من الأماكن المقدسة، فقد شهدت هذه المدينة المقدسة الأحداث الأخيرة من حياة سيدنا عيسى عليه السلام، كما أنها تضم الجسمانية، ودرب الآلام وكنيسة القيامة، وهي المكان الذي عرج منه الرسول محمد عليه الصلاة والسلام إلى السماوات السبع بعد أن أسرى به من مكة المكرمة إلى القدس في رحلة الإسراء والمعراج، كما كانت القدس أيضا قبلة المسلمين الأولى التي تضم بين جنباتها المسجد الأقصى المبارك وقبة الصخرة المشرفة، وكذلك مسجد عمرو بن الخطاب رضي الله عنه. وهي تعتبر أيضاً وجهة الحجاج المسلمين بعد أداء مناسك

---

(1) لمزيد من المعلومات أنظر:

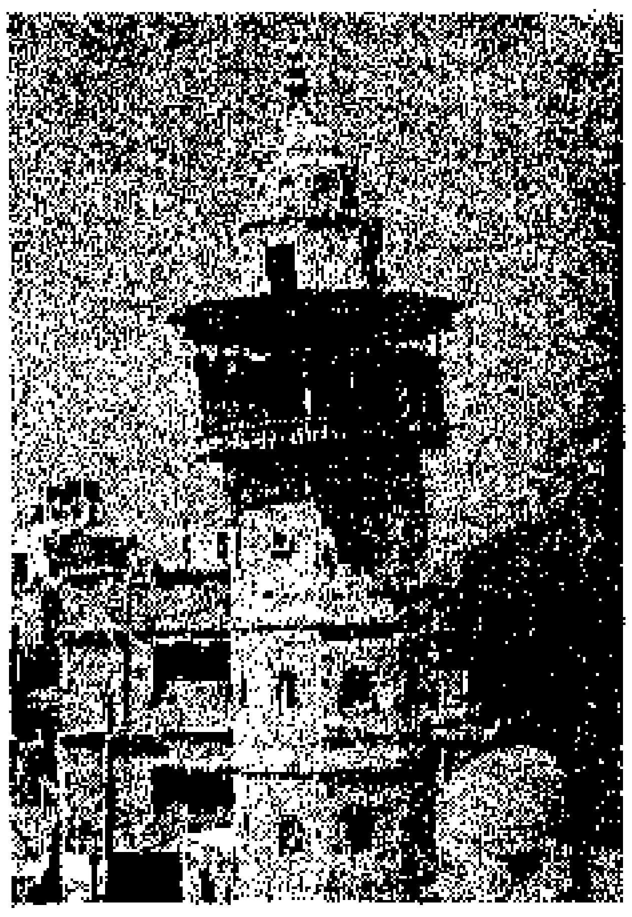
- عادل يحي وآخرون، دليل فلسطين السياحي، المؤسسة الفلسطينية للتبادل الثقافي، رام الله، 2000.
- إبراهيم سلامة خوري، الدليل السياحي لأهم الأماكن الدينية والأثرية في الأرض المقدسة، مطابع الفنون، القدس، 1997.

الحج، وقد انقطعت زيارتهم عنها بعد الاحتلال الدولة الكيان الصهيوني في فلسطيني للأراضي الفلسطينية في العام 1967.

كذلك تعتبر مدينة بيت لحم ذات أهمية دينية خاصة فقد شهدت مولد السيد المسيح عليه السلام، كما توجد بها كنيسة المهد، ومغارة الصليب. ويأتي الحجاج المسيحيون سنويا إلى هذه الأماكن المقدسة. ولا شك أن تدفق حوالي مليون سائح سنوياً إلى أرض فلسطين المحتلة، يعكس في معظمه رغبة المسيحيين الوافدين من مناطق كثيرة في العالم، لزيارة الأماكن المقدسة ذات الأهمية الدينية في مدن القدس، وبيت لحم، والناصرة (إبراهيم، بدون تاريخ، ص 126).

وتعتبر مدينة الخليل، التي تعرف باسم "خليل الرحمن" من الأماكن المقدسة إضافة إلى كونها مدينة تاريخية قديمة، حيث يوجد بها المسجد الإبراهيمي الشريف ومغارة "مكفيلية" التي يعتقد بأنه تم دفن الأنبياء إبراهيم وإسحاق ويعقوب ويوسف عليهم السلام فيها. بالإضافة إلى ذلك، تضم فلسطين الكثير من المزارات الدينية وقبور الأنبياء والآثار التاريخية والدينية المرتبطة بظواهر معينة مثل موقع النبي موسى عليه السلام إلى الجنوب من أريحا، ومسجد بلال بن رباح بالقرب من بيت لحم ومسجد السيد هاشم بن عبد مناف (جد الرسول) في غزة ... (أبو هاشم، 1995، ص 58) الخ .

ولا شك أن وجود هذه الأماكن يلعب دورا مباشرا في تنشيط حركة السياحة الداخلية والدولية إذ تقام العديد من المواسم والاحتفالات، مما يشجع السياحة خاصة السياحة الدينية منها للحجاج المسلمين والمسيحيين على السواء .



مئذنة جامع السيد هاشم في مدينة غزة

وأدت هذه المزايا الفريدة التي تمتعت بها فلسطين إلى تعرض البلاد منذ القدم للحملات الصليبية التي هدفت إلى السيطرة على الأماكن المقدسة كما أنها تفسر الهجمة الشرسة للكيان الصهيوني على جميع المناطق الدينية الهامة في الضفة الغربية وخاصة في القدس الشريف، ومحاولة إثبات أحقية اليهود الدينية في المواقع المقدسة بالأقصى وأهمها المسجد الأقصى.

2- الأوضاع السياسية:

تزدهر السياحة في مناخ تشرق فيه أشعة السلام وتعلو رايات النجاح ومن مضاداتها: عدم الارتياح سياسيا والحروب والكساد، الفتور الاقتصادي والركود (ماكنتوش وآخرين، 2002، ص 572). فالأوضاع السياسية المتوترة في أية منطقة في العالم، ترخي بظلالها السلبية على صناعة السياحة بشقيها الداخلي والدولي.

ولقد شكلت الظروف السياسية التي مرت بها الأراضي الفلسطينية بصورة عامة عائقاً أمام تطور صناعة السياحة في فلسطين رغم الأهمية الكبيرة التي تتمتع بها الأراضي المقدسة على صعيد الحركة السياحية، حيث تتصدر فلسطين دول العالم من حيث توفر المواقع الأثرية والدينية فيها، فمنذ فجر التاريخ تعاقبت الحضارات المختلفة على هذه المنطقة حيث شيدت فيها أجمل المواقع التي شكلت مصادر جذب سياحية حظيت باهتمام العالم بأسره، كما شكلت فلسطين مهد الرسالات السماوية الثلاث،

وكانت مقام كثير من الأنبياء والرسل، إلا أن الحروب والأزمات السياسية التي مرت بها البلاد في العصور المختلفة أدت إلى إهمال وطمس معظم المواقع الأثرية والدينية فيها (حماد، 2003، ص 49).

ويعتبر الاحتلال الإسرائيلي من أهم العوامل التدميرية للمواقع الأثرية والدينية في فلسطين خاصة ما يتعلق منها بالمواقع الدالة على عروبة المنطقة، أو ذات الصلة بالديانتين الإسلامية والمسيحية فيها. فقد عملت سلطات الاحتلال الاسرائيلي منذ احتلالها للضفة العربية وقطاع غزة في العام 1967 على فرض سياسة عدوانية تتلاءم والتطلعات الاستيطانية لها، حيث قامت بفرض الإدارة المدنية الاسرائيلية التي عمدت إلى تشكيل وحدة إدارية خاصة بالشؤون السياحية والآثار نجحت في إعاقة الفعاليات السياحية العربية وتشجيع تلك الدولة الكيان الصهيوني في فلسطينية، إضافة إلى تدمير وطمس معظم المواضع السياحية الإسلامية والمسيحية، ومحاولة تعزيز مظاهر يهودية زائفة بها، مما ساهم في تدمير الحركة السياحية إلى المنطقة. كما عمدت إلى استبدال وتغيير القوانين والتشريعات والنظم التي كانت سادة في الضفة الغربية وقطاع غزة بأوامر عسكرية إسرائيلية، نتج عنها عرقلة الحركة السياحية، والحد من أنشطتها، وفرض واقع جديد ينسجم مع الأهداف الاستيطانية الإسرائيلية، مما أعاق بصورة كبيرة الحركة الاستثمارية في المجالات السياحية وتدهور المرافق السياحية العامة، ناهيك عن تردي أوضاع المباني التاريخية والأثرية والسياحية وإهمالها، الأمر الذي ألقى بظلاله السلبية على حجم الأداء السياحي في الأراضي الفلسطينية. وفي المقابل ازدهر النشاط السياحي في داخل أراضي فلسطين المحتلة منذ العام 1948 "دولة الكيان الصهيوني في فلسطين" وتعرضت النشاطات السياحية في الضفة الغربية وقطاع غزة إلى انتكاسات خطيرة خاصة في أوقات الأزمات، فقد تجمدت معظم النشاطات السياحية في الانتفاضة الأولى عام 1987 التي قامت ضد الاحتلال الإسرائيلي، الأمر الذي ساهم في تدهور الناتج المحلي الإجمالي، وتدني مساهمة القطاع السياحي... فعلى سبيل المثال، تكبد قطاع السياحة الفلسطيني في النصف الأول من سنة 1991 خسائر مباشرة تزيد على 75 مليون

دولار بالإضافة إلى 15 مليون دولار خسائر نتيجة لفرض منع التجول على الأراضي الفلسطينية خلال سنة 1991، كما تكبد القطاع السياحي في بيت لحم خلال الشهرين الأولين يناير وفبراير من انتفاضة الأقصى خسائر بلغت حوالي 6.5 مليون دولار (حماد، 2003، ص 49- 50).

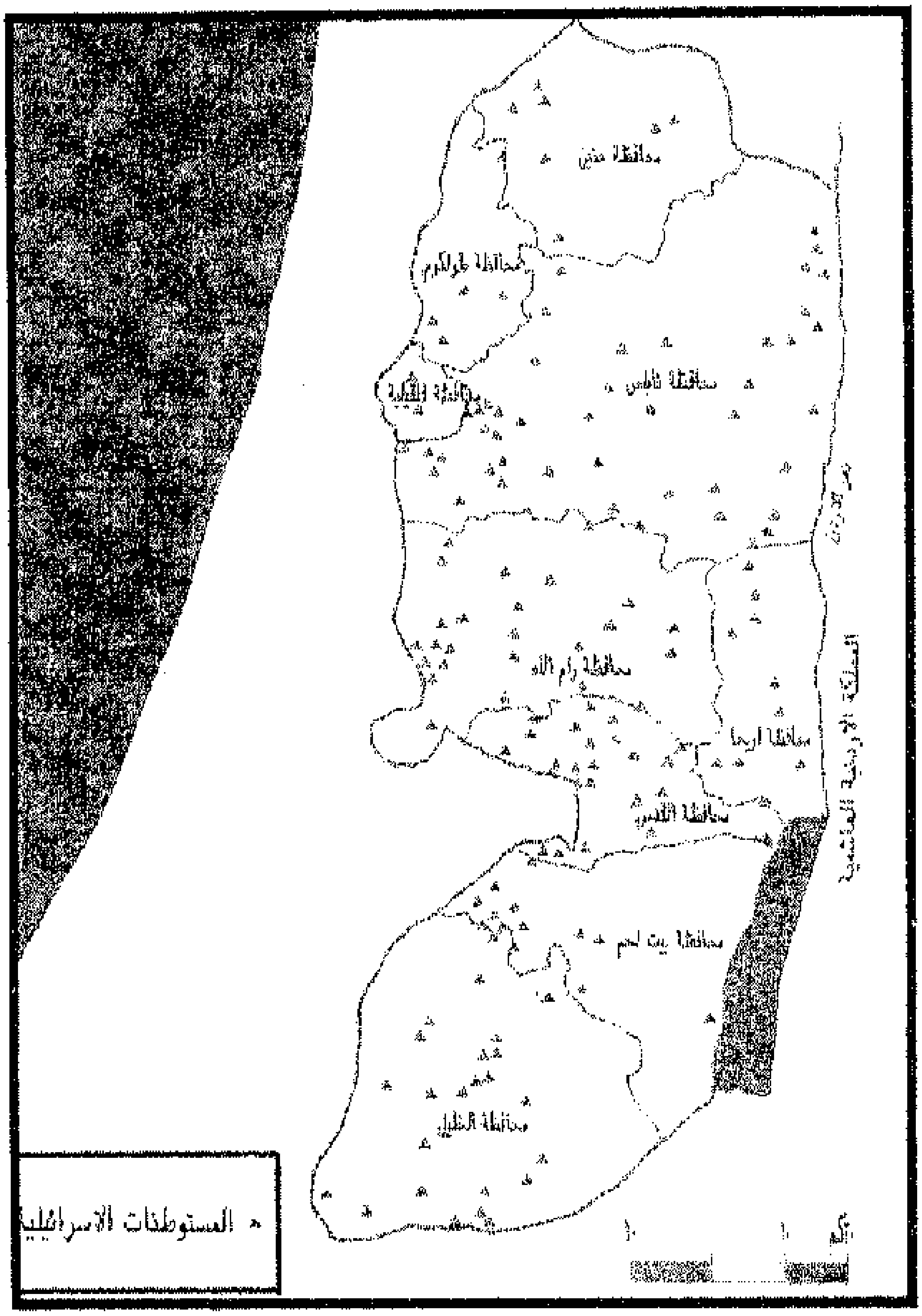
وأدت السياسية التعجيزية التي فرضتها سلطات الاحتلال في الأراضي الفلسطينية، وعرقلة دخول الفلسطينيين المغتربين إلى الضفة الغربية وقطاع غزة إلى الإخلال بالحساب الجاري لقطاع السياحة خلال الفترة من 1968 – 1987 حيث وصل إلى ما يقارب 41 مليون دولار، كما ساهم الاحتلال الإسرائيلي في حرمان الأراضي الفلسطينية من التوجه الايجابي في نسبة عائدات السفر إلى عائدات الخدمات مثل الذي طرأ على هذه النسبة في كل من مصر والأردن وداخل أراضي 1948. فقد كانت واردات السفر تشكل 74٪ من إجمالي عائدات الخدمات في العام 1968 واستمرت في الانخفاض لتصل إلى 2٪ في العام 1987 ، أي بمعدل تدهور يصل إلى 3.8٪ سنويا بينما في أراضي 1948 ارتفعت من 10٪ في العالم 1968 إلى 28٪ 1987 أي بمعدل نمو سنوي يمثل حوالي 1٪ في مقابل معدل نمو سنوي 1.2٪ في الأردن، حيث ارتفعت عائدات السفر من 20٪ العام 1968 إلى 43٪ في العام 1987 (حماد، 2003، ص 51).

وبالرغم، من أن قطاع السياحة حظي بجزء كبير من الاهتمام من الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي في بروتوكول باريس الاقتصادي – الذي ابرم بين الطرفين بتاريخ 29/ 4/ 1994، والذي تضمن فصل خاص عن السياحة، إلا أن الجانب الإسرائيلي يواصل تنفيذ سياسة المماطلة ووضع المعوقات وعدم الالتزام بتنفيذ الاتفاقات الموقعة الخاصة بالسياحة، مما شكل عقبة رئيسة أمام تنشيط الحركة السياحية. ونشير هنا إلى مماطلة الجانب الإسرائيلي في تسليم المواقع الأثرية والطبيعية إلى السلطة الفلسطينية مما يحد من قدرة الجهات المعنية في السلطة على تطويرها، كذلك مواصلة سلطات الاحتلال سياسة فرض الحصار أو الإغلاق على الأراضي الفلسطينية وتحويل

الضفة الغربية إلى مناطق مجزأة الأمر الذي يحد وبشكل كبير من النشاط السياحي، ويشكل عاملا سلبيا يضعف الحركة السياحية في المنطقة (حماد، 2003، ص 51).

ويعتبر النشاط الاستيطاني من أبرز المعوقات التي تستغلها سلطات الاحتلال لضرب النشاط السياحي في المنطقة، إلى جانب الأهداف الأخرى، الأمنية والسياسية والاقتصادية التي تسعى إلى تحقيقها من وراء هذه الحملة الاستيطانية الشرسة .

وتنشط سلطات الاحتلال بإقامة مستوطنات يهودية على المحاور والطرق الرئيسية التي تصل إلى التجمعات الفلسطينية والمناطق ذات الأهمية الدينية والتاريخية في الوقت الذي تحاول فيه عزل القدس الشريف عن محيطها العربي بالمزيد من المستوطنات، وتقطيع أوصال المنطقة وفرض حصار على محافظة بيت لحم، والمناطق الأخرى التي تعتبر قبلة السياح والحجاج من مختلف الأصقاع.



التوزيع الجغرافي للمستوطنات الاسرائيلية في فلسطينية في الضفة الغربية للعام 2000

المصدر: عبد القادر إبراهيم حماد، الضفة الغربية لنهر الأردن دراسة في جغرافية السياحة، رسالة دكتوراه غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك، جامعة عين شمس، القاهرة، 2003، ص 53

- **تركيب السكان:**

يسهم ارتفاع النسبة المئوية لفئة متوسطي العمر (15 -64 سنة) إلى جملة السكان في إيجاد طلب كبير على السياحة والترويح، وذلك في حالة توافر العوامل الأخرى المساعدة على الطلب السياحي، والمعروف أن هذه الفئة العمرية تضم فئتين هما: البالغون الصغار (15-44 سنة) والبالغون الكبار (45- 64 سنة). وتمثل كل من الفئتين سوقاً رئيسياً لصناعة السياحة. فالبالغون الصغار يتمتعون بالقدرة على الحركة والسفر أما في شكل مجموعات شبابية (أفواج من الشباب) أو بمرافقة الأسرة، أما البالغون الكبار فيتميز معظمهم الاستقلال المالي والسعي إلى زيادة الدخل، ورفع مستوى المعيشة (الزوكة، 1996، ص 183).

ومع ذلك، نلاحظ أن الفئات العمرية الكبيرة تشارك في السياحة الدولية بصورة كبيرة تفوق مشاركة الفئات العمرية الأخرى، ويرجع ذلك بطبيعة الحال إلى ارتفاع إمكاناتهم المادية التي تمكنهم من السفر والسياحة، مستخدمين في ذلك وسائل للنقل تتصف بالراحة والسرعة رغم ارتفاع تكلفتها، خاصة وسيلة النقل الجوي (الطائرة) (الزوكة، 1996، ص 184)، حيث تصدر أصحاب الحرف للفئات المهنية للمسافرين، وهو أمر طبيعي لتعدد فرص السفر لهذه الفئة بحكم طبيعة عملها، وارتباطاتها المتعددة على المستويين القومي والدولي مما يعني أن رحلاتهم يمكن أن تجمع بين العمل والترويح، بالإضافة إلى ارتفاع مستويات دخولهم التي تجعلهم أكثر الفئات ميلاً وقدرة على السياحة والترويح. ويأتي العمال وأسرهم في المركز الثاني بين الفئات المهنية المسافرة، وتتم معظم رحلات هذه الفئة بصورة جماعية، وتنظمها إما الاتحادات أو النقابات أو مكاتب السياحة خاصة بتكليف من التنظيمات المشار إليها. ويأتي البائعون ورجال الدين في المرتبة الثالثة، يليهم العاملون بالزراعة وبالخدمات المختلفة، وأرباب الأسر حيث يأتون في المرتبة الأخيرة لانخفاض أجور معظمهم (الأفندي، بدون تاريخ، ص 74-45).

وبالنسبة للأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة، تشير نتائج التعداد السكاني في الأراضي الفلسطينية بأنه يساوي (2.895.683) فردا منهم 1470506، من الذكور، و 1425177 فردا وقد بلغ عدد السكان في الضفة الغربية 1.873.476 فردا موزعين إلى 951693 من الذكور، و 921783 من الإناث، وفي قطاع 1022207 فردا موزعين إلى 518813 من الذكور و 503394 من الإناث. أما بالنسبة لتقديرات السكان في محافظة القدس فتشير التقديرات إلى أن عدد السكان الفلسطيني في المنطقة J من المحافظة بلغ مع نهاية عام 1997 ما مجموعة 210209 أفراد ويقدر عدد الذكور منهم بـ 105392 وعدد الإناث 104817 فرداً. وأظهرت النتائج النهائية أن 53.1٪ من السكان يقيمون في المناطق والتجمعات الحضرية، في حين أن ما نسبة 15.9٪ يقيمون في المخيمات، و31.0 يقيمون في التجمعات الريفية (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 1999، ص 41- 42)

ولقد تأثرت الظروف السياسية التي مرت بها المنطقة منذ العام 1948 وما نتج عنها من تأسيس "دولة الكيان الصهيوني في فلسطين" على الجزء الأكبر من مساحة فلسطين التاريخية، على الأوضاع السكانية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية في الأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة.

وشهدت الأوضاع الديمغرافية في الضفة الغربية وقطاع غزة تغيرات كبيرة بعد حرب 1948 نتيجة تهجير أعداد كبيرة من أبناء الشعب الفلسطيني إلى الضفة الغربية وقطاع غزة والخارج، ولا شك أن ذلك انعكس بصورة سلبية على مجمل صناعة السياحة في المنطقة برمتها، وليس على فلسطين فحسب .

- **التركيب العمري والنوعي للسكان:**

يقصد به تركيب السكان حسب فئات السن، ويتأثر العمر الوسيط إلى حد كبير بمعدلات الوفيات والمواليد والهجرة، إضافة إلى التغير في البناء الاجتماعي. ويفيد التركيب العمري في تحديد حجم قوة العمل والتي تقع بين 15-60 عاماً. وحيث أن السياحة من الأنشطة التي تعتمد على فئات متوسطي العمر وخاصة من الذكور، حيث

تنخفض نسبة النساء العاملات، لذلك فان التركيب العمري والنوعي للسكان يفيد في تحديد حجم وقوة العمل والتي من الممكن أن تقوم عليها التنمية السياحية (حماد، 2003، ص 55).

ويعتبر المجتمع الفلسطيني المقيم في الأراضي الفلسطينية مجتمعاً فتياً، حيث تتسع قاعدة الهرم السكاني المتمثلة بالأفراد صغار السن دون سن الخامسة عشر من العمر، والذين يشكلون نسبة مرتفعة مقارنة بالفئات العمرية الأخرى،

حيث أظهرت البيانات تبلغ نسبة السكان ممن تتراوح أعمارهم بين صفر- 14 نحو 47٪ وأن 49.5٪ من السكان أعمارهم (15-64) سنة وأن نسبة السكان التي أعمارهم (65+) لا تتجاوز 3.5٪. كما أن الهرم السكاني يتميز بقاعدة عريضة، مما يدل بصورة واضحة على وجود معدلات خصوبة عالية نسبياً، حيث بلغ هذا المعدل 5.6 فردا في الضفة الغربية و6.9 فرداً في قطاع غزة و6.1 فردا في الأراضي الفلسطينية عام 1997 (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2000، ص33)

- **الحالة التعليمية وأثرها على الاهتمام بالسياحة:**

يعد التعليم الأداة الرئيسية للتنمية الاقتصادية والسياسة كما أنه وسيلة لدعم الثروة، ومظهر من مظاهر الخدمات الحكومية، والأساس في إعداد الفرد (حماد، 2003، ص 61).

وأظهرت تقارير الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2000 أن هناك 895889 تلميذ وتلميذة يدرسون في رياض الأطفال والمدارس يتوزعون على الضفة الغربية 537694 طالبا وطالبة وفي قطاع غزة 352201 تلميذ وتلميذة، من بينهم 452097 ذكرا و 437798 أنثى، ويبلغ عدد طلبة الجامعات الفلسطينية 60846 طالبا وطالبة في العام الدراسي 1998/ 1999 منهم 33548 ذكرا و 27.298 أنثى، كما بلغ عدد طلبة كليات المجتمع المتوسطة في العام نفسه 5436 طالبا وطالبة منهم 2533 ذكرا و2903 إناث (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2000، ص 65).

أما معدلات الأمية المتعلقة بمعرفة القراءة والكتابة، فتشير نتائج التعداد العام للسكان والمساكن والمنشآت عام 1997 إلى أن ما نسبته 7.7٪ من السكان الذكور ممن تتجاوز أعمارهم 15 سنة فأكثر لا يعرفون القراءة والكتابة (أميون)، وأن حوالي20.1٪ من السكان الإناث ممن تتجاوز أعمارهن 15 سنة فأكثر (أميات)، وان ما نسبته 11.6٪ من السكان وأعمارهم 15 سنة فأكثر من كلا الجنسين هم أميون، وعند مقارنة هذه النتائج مع نتائج المسح الديمغرافي عام 1995، يتضح أن نسبة الأمية في انخفاض مستمر حيث كانت 15.7 ٪ في الأراضي الفلسطينية وكانت بين الذكور 8.6٪ أما بين الإناث فكانت 23٪ للفئات العمرية نفسها، ورغم عدم وجود تفاوت بين نسبة الأمية في الضفة الغربية وقطاع غزة، إلا انه يلاحظ أن نسبة الذكور الذين لا يعرفون القراءة والكتابة في قطاع غزة (18.6٪) أعلى من الضفة الغربية (7.2٪)، بينما نسبة اللواتي لا يعرف القراءة والكتابة في الضفة الغربية أعلى منها في قطاع غزة (20.9٪ ضفة عربية، 18.7٪ قطاع غزة، (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2000، ص 60). ولا شك أن ذلك له تأثير واضح على النشاط السياحي في المنطقة، حيث ينعكس ذلك على طريقة التفاهم مع السائح ودرجة الوعي حول أهمية النشاط السياحي كمورد اقتصادي رئيس.

- **حجم الأسرة:**

يعتبر حجم الأسرة من العوامل المؤثرة على النشاط السياحي سواء كان محليا أو خارجياً، علماً بان متوسط حجم الأسرة في الأراضي الفلسطينية بلغ 6.1٪ و هو في الضفة الغربية 5.7 وفي قطاع غزة 6.9 وفق نتائج المسح الصحي 2000 (حماد، 2003 ، ص 63).

ولوحظ أن 22.7٪ من الأسر التي يزيد حجمها على سبعة أفراد قامت برحلات سياحية محلية، مقابل 40.6٪ من الأسر التي يتراوح حجمها بين 1-3 أفراد، وهذا يدل على تأثير حجم الأسرة على الحركة السياحية الداخلية، وينطبق الأمر ذاته على

السياحة الخارجية والتي تعتبر أكثر تكلفة من السياحة المحلية (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 1997، ص 7).

- **العاملون في القطاع السياحي:**

تؤثر السياحية تأثيرا ايجابيا مباشرا على زيادة العمالة في الدولة السياحية، فالسياحة هي صناعة مركبة تشتمل على كثير من الصناعات وأوجه النشاط التجارية التي لا تزال تعتمد على الأيدي العاملة اعتمادا رئيسياً، بسبب اتصال السياحة بكثير من القطاعات الإنتاجية الأخرى، في الدولة كقطاع البناء، والصناعي، والزراعي والبنوك والتامين والقطاعات الخدمية الأخرى.

إن صناعة السياحة وأنشطة أوقات الفراغ صناعة خدمات العمل المكثف، لذلك فهي مصدر للعمل والتوظيف، حيث يكون هناك عدد كبير من العاملين المتخصصين في المحاسبة والتدبير المنزلي، والطهاة ومنظمي الحفلات الترفيهية، الذين بدورهم في حاجة إلى أعداد كبيرة من العمال أنصاف المهرة أو غير المهرة.

ولا شك أن زيادة الحركة السياحية والترويحية المؤسسة على دراسة مسبقة والتخطيط السليم يؤدي إلى زيادة العمالة بطريق مباشر داخل قطاع السياح ذاته، وبطريق غير مباشر في القطاعات الأخرى التي تتأثر بالسياحة وتؤثر فيها.

ولاشك أن للسياحة تأثير على العمالة، ويختلف هذا الأثر تبعا للأهمية المعطاة للسياحة في الدخل القومي وأولوياتها في قائمة القطاعات الإنتاجية التي يتم الاستثمار فيها.

وتظهر أهمية السياحة بقوة في فلسطين، والدول النامية، بشكل خاص، بحيث نلمس أثارها في مجالات حياتية مختلفة أبرزها المجال الاقتصادي، فتوسع السياحة لدى هذه الدول له تأثير واضح على اقتصادياتها، لأنها عملية تطور يتبعها توسع في الصناعة كنتيجة للنمو الزراعي، وتوسع في الخدمات كنتيجة للنمو الصناعي، ونظرا لخواصها المتميزة فإنها تصبح مولداً للاقتصاد المتقدم.

ويعد القطاع السياحي أحد مصادر الدخل القومي في فلسطين، فضلا عن انه، يستوعب، في الظروف العادية، أعداداً كبيرة من الأيدي العاملة، الأمر الذي يساهم في توفير فرص العمل للعاطلين عن العمل، ويفتح مجالات جديدة لم تكن موجودة أصلاً قبل هذا النشاط الخدمي الجديد، مما يحقق احد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية المرجوة.

وتشير نتائج مسوح القوى العاملة التي قام بها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في الفترة ما بين 1995، 1998 إلى أن نسبة الأفراد ممن تزيد أعمارهم عن 15 سنة فأكثر في الأراضي الفلسطينية وضمن القوى العاملة في تزايد مستمر، حيث ارتفعت من 39٪ عام 1995 إلى 41.4٪ عام 1998 مما يدل على زيادة نسبة السكان العاملين أو الباحثين عن عمل. ولاشك أن لذلك تأثيرات ايجابية مباشرة على صناعة السياحة في فلسطين، حيث تتوفر الطاقات اللازمة للعمل في هذا القطاع الحيوي. أما معدلات البطالة فتشير النتائج أيضاً إلى أنها في تقلبات مستمرة، وذلك نتيجة عدم الاستقرار الاقتصادي المرتبط بالأوضاع السياسية وإجراءات الاحتلال المتعلقة بالإغلاق والحصار المشدد، على الأراضي الفلسطينية (قطاع غزة والضفة الغربية والقدس الشريف)، وحظر العمل في الأراضي الفلسطينية المحتلة منذ العام 1948، والقيود المفروضة على حركة التجارة والتنقل بين الضفة الغربية وقطاع غزة، وكذلك القيود المفروضة على النشاطات التجارية مع العالم الخارجي، حيث تشير العديد من التقارير الإحصائية الرسمية إلى أن نسبة البطالة عام 1998 بلغت 14.4 ٪ بينما كانت 23.8٪ عام 1996، وتجاوزت 60٪ في انتفاضة الأقصى عام 2000. ويلاحظ انخفاض مشاركة الإناث في القوى العاملة مقارنة بالذكور، حيث يلاحظ أن نسبة النساء داخل القوى العاملة من مجموع النساء 15 سنة فأكثر لم تتجاوز 11.5٪ في العام 1997 (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ، 2000، ص 60-61).

- **وقت الفراغ:**

وقت الفراغ أو الوقت الحر هو الوقت الذي يتبقى للفرد بعد الانتهاء من دراسته أو عمله اليومي أو أي أعمال أو مسؤوليات أخرى لازمة لمتطلبات حياته، ويكون حراً في أن يقضيه في أي عمل يشاء. ولا يعني وقت الفراغ ضرورة السفر والسياحة وان كان يشجعها في معظم الأحوال، وخاصة إذا توافرت عوامل أخرى مساعدة (الزوكة، 1996، ص 171).

ويعرف القاموس الاجتماعي Dictionary of Sociological وقت الفراغ بأنه: "الوقت الحر بعد قيام الفرد بمسؤولياته الحياتية، وحسابيا هو الوقت الذي يتبقى من أربعة وعشرين ساعة يومية بعد القيام بمسؤوليات العمل والمسؤوليات الاجتماعية، واحتياجات الفرد اليومية كالأكل والنوم" (دندراوي، بدون تاريخ، 35).

ويقول Kraus 1971 إنها فترة من الفترات التي يكون فيها الإنسان في حالة نفسية مثالية يسعى إليها القليل من الناس، ويتوصل إليها القليل جدا منهم.

ويشير جراي وبليجرينو Gray and Pellegrino في دراستهما إلى أن وقت الفراغ هو وقت اكتساب القيم حيث أن الفرد يقوم بعملية اختيار للنشاط الذي يقوم به، وهذه عملية تفضيل بين النشاط النافع وغير النافع، وأن الحرية التي يمارسها الفرد في اختيار أوقات فراغه قد تسمح له بالتعبير عن نفسه واثبات ذاته (دندراوي، بدون تاريخ، 36).

ويعرف الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني وقت الفراغ بأنه الوقت المتاح بعد ساعات العمل المعتادة والزائدة وساعات الدراسة، ووقت الانتقال من المنزل إلى مكان العمل أو الدراسة (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2004، ص 8) .

فوقت الفراغ يعني التحرر من أعباء العمل ومسئولياته مما يعني بالتبعية الحرية في اختيار الكيفية التي يتم بها شغل هذا الوقت، وتتحدد أبعاد هذا العامل من خلال متغيرين رئيسيين هما: طول ووقت الفراغ وطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه الإنسان المالك لهذا الوقت. وكان وقت الفراغ يشكل ميزة تتمتع بها الطبقات الغنية في العالم

دون غيرها حتى القرن الثامن عشر، في حين توافر هذا الوقت للطبقات الفقيرة الكادحة خلال العطلات السنوية والمناسبات الدينية فقط، إلا أن قيام الثورة الصناعية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، خلال مراحلها الأولى، وما نتج عنها من تزايد قدرة القوى العاملة على الإنتاج الأكثر حجما في فترة زمنية أقصر، شجع على تحديد ساعات العمل، ورفع مستوى الأجور، وتحسين ظروف معيشة الطبقات العاملة، وخاصة بعد نشاط الاتحادات العمالية خلال مرحلة زمنية طويلة، مضافا إليه الإقرار بحق العمال في إجازة سنوية مدفوعة الأجر (الزوكة، 1996، ص 172).

وقد تزايدت أطوال الإجازات المدفوعة الأجر، والتي تراوحت عالميا بين 2-3 أسابيع سنوياً، يضاف إليها أيام العطلات التي تتراوح بين 8-10 أيام في السنة، وأحياناً تتجاوز الإجازات والعطلات الحدود المشار إليها، وذلك تبعا لطبيعة الصناعة، فعلى سبيل المثال تبلغ الإجازات السنوية مدفوعة الأجر للعاملين في صناعة الحديد والصلب بالولايات المتحدة الأمريكية نحو 13 أسبوعاً، وان تباينت تبعا للقوانين والتشريعات المطبقة في كل ولاية على حدة (الزوكة، 1996، ص 173).

جدول "4"

متوسط عدد أيام الإجازات والعطلات مدفوعة الأجر سنويا

في بعض الدول الصناعية بالعالم

الدولة	عدد أيام الإجازات مدفوعة الأجر	عدد أيام العطلات	الجملة
السويد	31	10	41
ألمانيا	28	12	40
الولايات المتحدة الأمريكية	30-18	10-8	40-26
ايطاليا	20-15	17	37-29
روسيا الاتحادية	30	6	36
فرنسا	24	9	33
بلجيكيا	18	10	28
بريطانيا	15	6	21

المصدر: محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996.

من خلال الجدول رقم "4" يتضح الآتي:

طول وقت الفراغ في الدول الصناعية المصدرة للسياح بصورة فعالة يتفاوت من دولة إلى أخرى، فعطلة نهاية الأسبوع تتألف من يومين مما يعني 104 يوم في السنة يضاف إليها ما بين 15 إلى 31 يوما إجازة مدفوعة الأجر، وما بين 6-17 يوما عطلات، ومعنى ذلك أن الإجازات والعطلات تتراوح مددها السنوية بين 125-152 يوما وهو يشكل ما بين 34.4٪ -41.7٪ من السنة، مما يعكس طول وقت الفراغ عند سكان الدول الصناعية، وهو الوقت الذي يمكن استغلاله في السفر والسياحة والترويح.

وفيما يتعلق بطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه الإنسان المالك لوقت الفراغ ،نشير إلى خصائص المجتمعات الحضرية التي تتمثل في تعداد أنماط استخدام الأرض وتباين

أنماط السكن والطرق والأنشطة وكثرة الأندية الاجتماعية، ووكالات وأندية السفر، والاتحادات والتنظيمات النوعية والمكاتب السياحية، والتي تقدم التسهيلات، وتتيح الفرص من اجل حسن استغلال أوقات الفراغ في الترويح السياحة والاستجمام من عناء العمل، وضغوطه، ومسؤولياته، مما يعمل على تجديد نشاط الإنسان وتزايد قدراته عل العمل والإنتاج (الزوكة، 1996، ص 174).

ويلعب توقيت الإجازات والعطلات دورا مؤثراً في تحديد فترات الذروة على الطلب السياحي، بل وتحديد حجم واتجاهات المحاور السياحية، وفي معظم الأحوال يتركز استثمار الجزء الأكبر من وقت الإجازات والعطلات سياحيا خلال فصل الصيف، لارتباط ذلك بإجازات مؤسسات التعليم، وبعض البنوك وبيوت المال والمصارف، مما يعني اتجاه محاور السياحة خلال هذه الفترة صوب المصايف، والمنتجعات الجبلية في المناطق الحارة والمعتدلة على حد سواء، وهو ما ينتج عنه في بعض الحالات ارتفاع الأسعار، وكثرة التزاحم في أماكن محددة، والاتجاه إلى مزارات سياحية وترويحية بديلة سواء داخل الوطن أو خارجه (الزوكة، 1996، ص 174).

ويتوفر وقت الفراغ بنسبة عالية لدى الشباب الفلسطيني إذ ترتفع النسبة إلى نحو 74.5٪ ، في حين أن 25.5٪ اعتبروا أن وقت الفراغ لديهم قليل (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2005، ص 80)، كما تبين من خلال الجدول رقم "5" :

جدول "5"

التوزيع النسبي للشباب (10-24) سنة حسب رأيهم بوقت الفراغ المتوفر لديهم وبعض الخصائص الخلفية 2003

الخصائص الخلفية	وقت الفراغ المتوفر			
	وقت كبير	وقت كاف	وقت قليل	المجموع
المنطقة				
الأراضي الفلسطينية	27.2	47.3	25.5	100
الضفة الغربية	27.0	46.2	26.8	100
قطاع غزة	27.7	49.2	23.1	100
الجنس				
كلا الجنسين	27.2	47.3	25.5	100
ذكور	28.1	48	23.9	100
إناث	26.3	46.6	27.1	100
العمر				
11-10	29.5	53.3	17.2	100
14-12	25.5	56.9	17.6	100
19-15	28.1	46.5	25.4	100
24-20	26.2	36.4	37.4	100
نوع التجمع				
حضر	26.0	49.4	24.6	100
ريف	28.1	44.9	27.0	100
مخيمات	30.0	44.2	25.8	100
المؤهل العلمي				
لا شيء	31.0	50.9	18.1	100
ابتدائي	27.2	51.8	21.0	100
إعدادي	26.0	46.0	28.0	100
ثانوي	25.0	40.8	34.2	100
دبلوم متوسط فأعلى	28.9	29.6	41.5	

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2005، الشباب والثقافة والوقت الحر واقع واتجاهات، رام الله، فلسطين.

ويتضح من الجدول رقم "5" توفر وقت فراغ كبير لدى الشباب الفلسطيني، وتكاد النسبة تكون متساوية في توفر فراغ كبير عند شباب قطاع غزة بنسبة 27.7٪ وشباب الضفة الغربية بنسبة 27٪ ومن حيث توفر وقت فراغ كاف نجد أن نسبة 47.3٪ من شباب المجتمع الفلسطيني يتوفر لديهم وقت فراغ ويتوفر وقت فراغ كاف عند شباب قطاع غزة بنسبة 49.2٪ أكثر من توفره عند شباب الضفة الغربية (46.2٪)

ويرى شبير والطهراوي في دراسة لهما أن ارتفاع نسبة من لديهم وقت فراغ يعود بشكل رئيسي إلى:

1- وجود أزمة اقتصادية خانقة أثناء انتفاضة الأقصى عام 2000 مما أسهم في انتشار البطالة، وقلل فرص عمل الطلبة أو مساعدتهم لأهلهم في أعمالهم التجارية والزراعية، أو الصناعات البسيطة ومصانع الخياطة .. الخ.
2- تقليص المؤسسات لنشاطها في فترة انتفاضة الأقصى كالمؤسسات الثقافية والاجتماعية والرياضية (تقلص أو غياب وانعدام هذه النشاطات أصلا).
3- القيود التي تحد من حركة الشباب بسبب إجراءات الاحتلال والحد من تنقلهم بين المناطق.
4- هناك ميل لدى الشباب والأهالي لتقليص حركة الشباب حفاظا على أمنهم وحياتهم وخاصة في الأوقات التي تنفجر فيها الأوضاع الأمنية وأظهرت النتائج كذلك أن لدى الإناث وقت فراغ أقل من الذكور فقد أفادت 73٪ منهن بتوفر الوقت لديهن مقابل 67.1٪ من الذكور وهذا عكس المتوقع في الظروف العادية في المجتمع الفلسطيني وقد يكون سبب الفرق هو تقلص فرص الشباب في الحركة والنشاط الاجتماعي مقابل انخراط الفتيات في الأعمال المنزلية. وبالنسبة لطبيعة وحجم الأنشطة التي يمارسها الشباب الفلسطيني في أوقات فراغهم، وأظهرت الدراسات أن هناك فقرا شديدا في الإمكانات والفرص المتاحة للشباب الفلسطيني للاستفادة من أوقات فراغهم كما يتضح من الجدول التالي:

جدول 6

التوزيع النسبي للشباب حسب الأنشطة التي يقومون بها حالياً في أوقات فراغهم وبعض الخصائص الخلفية 2003

الخصائص الخلفية	الرحلات خارج البلاد	الرحلات داخل البلاد	مراجعة دروس	أنشطة ثقافية	القيام بأعمال يدوية	مشاهدة التلفزيون	ممارسة الرياضة	استخدام كمبيوتر	الاستماع للموسيقى	الألعاب الفكرية	الالتقاء بمجموعة من الأصدقاء	أنشطة أخرى	لا توجد أنشطة
المنطقة													
الأراضي الفلسطينية	0.7	2.1	12.7	6.2	3.7	31.9	10.3	5.2	2.1	1.4	15.0	7.1	1.6
الضفة الغربية	0.8	2.0	13.5	4.7	3.8	32.0	8.6	5.6	2.6	1.2	15.7	7.1	2.4
قطاع غزة	0.5	2.1	11.4	8.8	3.7	31.6	13.0	4.5	1.3	1.7	13.8	7.1	0.5
الجنس													
كلا الجنسين	0.7	2.1	12.7	6.2	3.7	31.9	10.3	5.2	2.1	1.4	15.0	7.1	1.6
ذكور	1.2	2.6	10.3	3.4	1.8	23.4	18.5	6.5	1.0	1.9	23.5	4.3	1.6
إناث	0.2	1.5	15.2	9.1	5.7	40.6	1.7	4.0	3.2	0.9	6.1	10.0	1.8
العمر													
11-10	0.6	1.2	18.9	4.2	2.1	23.5	13.3	4.4	0.4	3.8	10.7	7.3	0.6
14-12	0.5	1.8	16.3	7.1	3.5	23.9	13.2	5.5	0.5	1.5	10.0	6.9	0.3
19-15	0.6	1.7	12.4	6.2	4.1	23.4	9.6	5.0	3.9	0.3	14.4	7.2	2.3
24-20	1.0	3.3	6.0	6.8	4.5	29.9	6.7	5.8	2.3	1.0	22.6	7.1	3.0

نوع التجمع													
حضر	0.9	2.9	12.9	6.3	3.4	31.6	9.3	6.4	2.9	1.3	14.5	6.2	1.7
ريف	0.2	0.6	14.9	4.7	4.8	33.9	6.9	3.1	1.1	1.0	16.5	7.6	2.0
مخيمات	0.6	1.8	8.1	8.6	3.0	30.3	15.2	4.9	1.1	1.0	16.5	7.6	20.0
المؤهل العلمي													
أمي	0.6	1.2	18.2	3.7	2.7	31.6	11.4	4.3	0.4	3.7	12.8	8.6	0.8
ابتدائي	0.09	2.4	13.8	6.5	33.8	11.6	4	18	13.4	6.7	1.6	13.4	6.7
إعدادي	0.8	2.0	10.4	6.5	6.5	31.6	9.7	4.0	3.4	0.5	15.9	7.3	2.3
ثانوي	0.1	1.9	10.2	6.9	2.2	30.1	9.0	9.2	3.7	1.2	17.9	5.9	1.7
دبلوم متوسط فأعلى	0.7	4.8	7.7	11.6	2.7	26.7	3.8	14.9	3.7	0.0	17.0	6.1	0.3

ويتضح من الجدول رقم "6" أن رحلات الشباب في الأراضي الفلسطينية لم تشغل نسبة من وقت فراغهم فهي تكاد لا تذكر (0.7٪) وأن حدث بعضها فهي للضرورة القصوى أو لتزاور الأقارب، إذ أن الشعب الفلسطيني تشتت في كثير من الدول العربية المجاورة كالأردن وسوريا ولبنان ومصر

ويعزو شبير والطهراوي في دراستهما ندرة فرص الرحلات للشباب للأسباب الآتية:

1. الأوضاع السياسية السيئة والقيود التي يضعها الاحتلال الإسرائيلي على سفر الفلسطينيين، وخاصة الشباب منهم، أي استهداف الشباب من قبل جيش الاحتلال الدولة الكيان الصهيوني في فلسطيني.
2. وجود الحواجز الدولة الكيان الصهيوني في فلسطينية الدائمة التي أسهمت حتى في منع الرحلات الداخلية، خشية إغلاق هذه الحواجز.
3. الوضع الاقتصادي الصعب يسهم في قلة الرحلات الداخلية والخارجية التي تحتاج إلى نفقات لا يستطيع الكثير من أفراد الشعب الفلسطيني تغطيتها لأبنائه.
4. تخوف بعض الأهالي من مخاطر السفر والمبيت خارج البيت وبالذات على الإناث
5. عدم إعطاء المؤسسات والأندية الأولوية لمثل هذه الأنشطة كالتبادل الطلابي والمعسكرات بالخارج، ويكاد يكون هذا النوع من النشاط معدوما أثناء الاحتلال الإسرائيلي. وعلى الرغم من الصعوبات أنفة الذكر، إلا أن السنوات التي أعقبت قيام السلطة الفلسطينية شهدت نشاطا ملحوظا في مشاركة الشباب في أنشطة مختلفة في الدول المجاورة كالمعسكرات والدورات التدريبية وتبادل الوفود الطلابية ولكن اغلب هذه الأنشطة توقفت أثناء انتفاضة الأقصى عام 2000. وكانت معدلات مشاركة الشباب الذكور اكبر من الإناث في الاشتراك في الرحلات، وقد يرجع ذلك إلى أن كثيراً من شرائح المجتمع الفلسطيني لا تحبذ سفر الإناث أو مشاركتهن في الرحلات في حين تسمح للذكور. كما أن معدل مشاركة الشباب

في الضفة الغربية كانت اكبر منها في قطاع غزة، وقد يعود ذلك إلى أن القيود الدولة الاسرائيلية على السفر ربما كانت أكثر بالإضافة إلى أن المستوى الاقتصادي في الضفة أفضل منه في القطاع، وأظهرت نتائج مسح الأنشطة السياحية 2002، التي نفذها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني عام 2001 أن عدد الرحلات السياحية المنفذة في العام 2002، من قبل شركات السياحة والسفر والنقل السياحي بلغ 2285 رحلة مقابل 11103 رحلة. وهذا يدل على أن هناك تراجع واضح في عدد الرحلات المنفذة بنسبة 79.4٪ ، بسبب الأوضاع الخاصة والصعبة التي تعيشها الأراضي الفلسطينية في ظل الحصار الإسرائيلي المشدد.

والخلاصة، أن النتائج تعطينا مؤشرات على وجود وقت فراغ كاف وكبير لدى الشباب الفلسطيني، وهذا ما يجب أن يلتفت إليه من يعنيهم الأمر من المهتمين والمتخصصين في العمل مع الشباب، وكافة شرائح المجتمع من وزارات ومؤسسات مختلفة لتخطيط، وتنفيذ مشاريع وأنشطة وبرامج موجهة تسهم في بناء شخصية الشاب الفلسطيني، ليكون مواطناً صالحاً ملتزماً بمبادئ و قيم الشعب الفلسطيني عاملاً جاداً ومستغل لوقته على الوجه الأمثل، مع التأكيد على ضرورة إيلاء اهتمام اكبر إلى الجانب الترويجي والسياحي.

1- الدخل ومستويات المعيشة:

يعد الدخل من أهم العوامل البشرية المؤثرة في صناعة السياحة لتأثيره المباشر في تحديد مستوى الطلب السياحي، إذ يعني ارتفاع الدخل تزايد الإقبال على السفر والسياحة، خاصة خلال الإجازات والعطلات سعياً وراء الترويح والمتعة والعكس صحيح في حالة انخفاض مستوى الدخول.

وحتى إذا توافر عامل الإجازات، مما يدعو إلى القول، بأن استغلال الإجازات والعطلات في السياحة والترويح هي إمكانية متاحة للموسرين دون غيرهم في معظم الأحوال، ومن الطبيعي أن يرتبط مستوى الدخل بحجم الثروات الشخصية وبمستوى الأجور والمرتبات، ومعنى ذلك أن أصحاب الدخول المرتفعة والمرتبات الكبيرة هم

أقدر الأشخاص على استغلال أوقات فراغهم وإجازاتهم في الترويح والسياحة سواء داخل أوطانهم أو خارجها، إلا أن ذلك، لا يمنع من أن بعض أصحاب الدخول المتوسطة والمنخفضة يشاركون أحيانا وبنسب متفاوتة في ظاهرة السياحة والترويح بما يدخرونه من مرتباتهم وأجورهم لينفقونها في أنشطة السياحة خلال إجازاتهم الرسمية.

أن تزايد أعداد السياح خلال السنوات الأخيرة سواء على مستوى العالم، أم على مستوى الدول الرئيسية المصدرة للسياح هي نتاج تفاعل مجموعة من العوامل المتداخلة، يأتي في مقدمتها ارتفاع في الدخول وتحسين مستوى المعيشة وتحسن مستوى الأجور والمرتبات.

إن ارتفاع متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي في الدول الرئيسية المصدرة للسياح، وخاصة في أوروبا وأمريكا الشمالية، واليابان وهو ما يؤكد الحقيقة الارتباط الوثيق والطردي بين مستويات الدخول والإقبال على السفر من أجل السياحة والترويح.

- ويرتبط بعامل مستوى الدخل امتلاك وسيلة خاصة للنقل "السيارة" وهي تشكل متغيراً هاما يلعب دورا مؤثرا في سهولة الحركة ومداها من أجل الترويح والسياحة على المستويين القومي والدولي، إذ كثيرا ما يستغل بعض أصحاب السيارات وهم في معظمهم من أصحاب الدخول التي تتراوح بين المرتفعة والوسطى، إجازاتهم في القيام برحلات ترويحية يتباين مداها تبعاً لعدة متغيرات منها، مدة الإجازة، وقوة جذب المزار أي المكان المقصود، وخاصة، أن امتلاك السيارة كسر حاجز المسافات الطويلة، ووفر سمة المرونة، وعدم التقيد بمواعيد محددة، وقلل الى حد كبير، من تكاليف السفر وخاصة بالنسبة للأسر على نطاق واسع في السياحة الدولية، وفي أغراض الترويح لقضاء عطلات نهاية الأسبوع.

وتتصدر الولايات المتحدة، دول العالم من حيث ضخامة فئة أصحاب السيارات الخاصة، إذ يمتلك نحو 84٪ من العائلات الأمريكية سيارة واحدة، في حين يمتلك حوالي 28٪ من العائلات سيارتين، بينما يمتلك 8٪ من العائلات ثلاث سيارات فأكثر، وهو وضع طبيعي فرضه ارتفاع مستوى الدخول، وانخفاض متوسط أسعار السيارات وضخامة إنتاج الولايات المتحدة الأمريكية.

وكثيرا ما تستخدم السيارات الخاصة في السياحة الدولية، وكذلك يتحرك السياح بين الدول المجاورة، كما هو الحال، بين الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، وبين مصر، وليبيا، وبين المملكة العربية السعودية، ودول الخليج العربي. كما يستخدم بين الدول التي تربطها شبكات جيدة من الطرق المرصوفة أو الخطوط البحرية التي تعمل عليها العبارات السريعة المنتظمة الخاصة بنقل السيارات مع ركابها كما هي الحال بين بريطانيا ودول القارة الأوروبية وبين مصر والمملكة العربية السعودية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 73-74).

وأشار حماد في دراسته حول جغرافية السياحة في الضفة الغربية لنهر الأردن عام 2003 إلى أن الأسباب الاقتصادية تستحوذ على المرتبة الأولى (51.1٪) في أسباب عدم قيام الأسر الفلسطينية برحلات سياحية داخلية، في الضفة الغربية مقابل (54.2٪) في قطاع غزة.

كما أظهرت الدراسة ذاتها، أن أكثر من 29٪ من الأسر التي قامت برحلات سياحية داخلية استخدمت سيارة خاصة، وأن 25٪ منهم استخدمت سيارة مستأجرة، وان أكثر من 45٪ استخدمت المواصلات العامة (حماد، 2003، ص 351).

وتشير نتائج مسح الأنشطة السياحية عام 2002، الذي قام به الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني أن عدد تذكر السفر المباعة في المنشآت العامة في أنشطة وكالات السياحة والسفر بلغت 29704 تذكرة سفر في عام 2002، مقابل 71531 تذكرة في عام 2000، حيث وصلت نسبة التراجع في عدد تذاكر السفر إلى 58.5٪. كما أظهرت النتائج أن عدد الرحلات المنفذة من قبل شركات السياحة والسفر والنقل السياحي في

عام 2002، تراجعت بالمقارنة مع العام 2000 بنسبة 79.4٪ أما الرحلات داخل الأراضي الفلسطينية، فقد تراجعت بنسبة 82.8٪، وإلى فلسطين المحتلة منذ العام 1948 دولة الكيان الصهيوني في فلسطين بنسبة 82.9٪ أما إلى باقي دول العالم فقد بلغت نسبة التراجع 52.1٪ ولعل ذلك يعزى إلى الأوضاع السياسية والاقتصادية المتردية التي تعرض لها الشعب الفلسطيني في ظل الاحتلال الإسرائيلي خاصة خلال انتفاضة الأقصى، والسنوات التي سبقت ذلك، وما تبع ذلك من انخفاض مستوى الدخول، وارتفاع نسبة الفقر في صفوف الشعب الفلسطيني.

2ـ الاستعمار القديم:

لا يمكن إغفال تأثير الاستعمار القديم كعامل بشري مؤثر في السياحة الدولية من حيث محاور اتجاه الأفواج السياحية وأحجامها، إذ أن سيادة النفوذ السياسي لبعض الدول الأوربية والأمريكية على بعض دول العالم طوال فترات تاريخية متباينة من حيث الزمن، وما تبع ذلك من استقرار بعض العناصر الوافدة من الدول صاحبة السيادة فيها وإدخالها لأنماط اقتصادية ومعيشية حديثة، وتزايد حجم الاستثمارات فيها كلها متغيرات لا بد من وضعها في الاعتبار عند محاولة تفسير أسباب ارتفاع نسبة السياح الوافدين من بعض الدول الأوروبية والأمريكية إلى دول معينة في العالم، مثال ذلك ارتفاع نسبة السياح الفرنسيين في ساحل العاج حيث يشكلون نحو نصف السياح الوافدين إليها من مختلف دول العالم سنويا، وكذلك ارتفاع نسبة السياح البريطانيين المتجهين إلى كينيا من جملة السياح وكذلك ماليزيا والهند وسرى لانكا ونيوزيلندا، وارتفاع نسبة السياح الأمريكيين المتجهين إلى الفلبين واليابان والعديد من جزر البحر الكاريبي والمحيط الهادي (الزوكة، 1996، ص 215).

3- التاريخ والثقافة:

تعد المعالم التاريخية، والمراكز الثقافية من عوامل الجذب السياحية الأساسية، فهي تمثل لعامة السائحين نبع لا ينضب من المعرفة والاطلاع، كما تمثل للخاصة منهم كالعلماء والباحثين، مراكز بحث ودراسة للحضارات القديمة والحديثة للشعوب المختلفة.

وتتمثل هذه المراكز السياحية التاريخية في البلاد ذات الحضارات القديمة كالحضارة الفرعونية القديمة في مصر و الحضارة الرومانية في ايطاليا، والحضارة اليونانية في اليونان، وحضارة حضرموت وسبأ، وحضارة بلاد الرافدين وبابل، وحضارتي الهند والصين وجميعها تحوي آثارا خالدة سواء كانت في مواقعها الأصلية أو معروضة في دور الآثار والمتاحف.

ويزداد الجذب السياحي إلى هذه البلاد ذات التاريخ العريق من البلاد الحديثة العهد بالسياحة، أو الفقيرة في الحضارات القديمة، كالولايات المتحدة الأمريكية وكندا، وهي البلاد التي يمثل سكانها خليطا من المهاجرين من دول العالم القديم الذين انفصلوا عن مراكز الحضارة التاريخية لأجدادهم الأول في مواطنهم الأصلية .

وتمثل مراكز الثقافة والتقدم العلمي في البلاد المتقدمة مراكز جذب لراغبي الحصول على هذه المعارف والعلوم والفنون، ويتمثل ذلك في لندن وباريس وروما، حيث تحوي الأولى منها مراكز التقدم العلمي والتقني كما تمثل الثانية مركز الإشعاع الأدبي وتمثل الأخيرة مركز الفنون الجميلة. ويمثل تطور الحياة في الدول السياحية، من الوجهة الثقافية معرفة أسلوب حياة ومعيشة هذه الشعوب وقد عملت هذه الدول على دعم مراكز الجذب السياحية بها، بإحاطتها بقرى سياحية تؤمن للسائحين كافة رغباتهم المعيشية والترفيهية، فضلا عن زيارة هذه الآثار والمراكز الثقافية ويتمثل ذلك في القرية السياحية التي أنشأتها بريطانيا حول بيوت المشاهير القدامى كشكسبير وخلافه (الأفندي، بدون تاريخ، ص 81).

4. الإقامة والخدمات والترفيه:

إن السياحة بمفهومها العصري تعتمد على ثلاثة عناصر، يكمل كل منها الآخر، ولا شك أن وجود عوامل جذب تدفع السياح والزوار، إلى الانتقال من مواطنهم الأصلية إلى هذه المواطن التي تضم عوامل الجذب هي أولى هذه العناصر.

وثاني هذه العناصر هو تيسر إمكانيات الوصول إلى مناطق الجذب السياحية، ويبقى العامل الثالث والأخير، ونعني به توفر إمكانيات استبقاء السائح في مناطق الجذب السياحية بمختلف مدلولاتها، وكما تسمح بإطالة مدة الإقامة إلى الحد الذي يتيح للسائح فرصة الهدف المنشود من رحلته كما تتيح الدول المضيفة ذات مناطق الجذب السياحية فرصة تحقيق الهدف الأساسي من النشاط السياحي في عصرنا الحاضر، ونعني به وضع السياحة لأسس الاقتصاد الحديث من حيث المساهمة في تحقيق التوازن الاقتصادي عن طريق رفع معدلات التنمية والمشاركة في موازنة ميزان المدفوعات. ويأتي تحقيق هذا العنصر عن طريق توفير إمكانيات المعيشة والخدمات الترفيهية، بما يتناسب مع مختلف نوعيات ومشارب السائحين.

وتتنوع أشكال مكان الإقامة من فنادق متعددة المستويات لاى اوتيلات أو شاليهات أو أماكن خاصة مؤقتة، كما تتضمن هذه الأشكال القرى السياحية ومعسكرات وبيوت الشباب.

وتخضع هذه الأشكال للمستويات الاقتصادية للسائحين ونوعيات رحلاتهم السياحية من حيث كونها سياحة فردية أو جماعية، كما ترتبط بهذه الإمكانات المعيشية تواجد المرافق الخدمية والتجارية من حيث توفر مرافق المياه والكهرباء والطرق والنقل والمواصلات والاتصالات من برق وهاتف وشبكة الهاتف المحمول وبريد وجميعها تتيح الراحة في الإقامة بالإضافة إلى امتداد حالات الاتصال إلى المواطن الأصلية للسائحين، كما أن تأمين الأسواق التجارية في المناطق السياحية تساعد على إطالة مدة الإقامة عن طريق توفير المتطلبات المختلفة عن طريق انتقالها للسائحين بدلا من انتقال السائحين أنفسهم إليها وتدعيما لهذا المفهوم السياحي الذي يركز في أساسه على المفهوم

الاقتصادي الحديث تعمل الدول السياحية على إقامة معارضها التجارية والصناعية في المواسم السياحية الطبيعية سواء أكانت استجمامية أو ترفيهية، كما أن تعدد وسائل الترفيه أحد عناصر الترغيب في الإقامة والإطالة فيها حتى تتيح للسائحين لاستغلال أيامهم السياحية كاملة في نشاطات متنوعة. وهكذا يتضح أن تكامل العناصر الثلاث التي ترتكز عليها صناعة السياحة بمفهومها الحديث كحلقات متصلة لسلسلة واحدة يؤدي تكاملها إلى تجميع الأشكال السياحة المتعددة، ومتيحة في محصلتها إلى إطالة أوقات الإقامة للسائحين (الأفندي، بدون تاريخ، ص 82).

5. النقل:

هناك علاقة وثيقة بين شبكات النقل والنشاط الاقتصادي، فكلما توافرت شبكات النقل ساعد ذلك على الاستغلال الاقتصادي والعكس صحيح (عبده، 1997، ص 49)

فالنقل هو المقياس الحقيقي للتقدم الاقتصادي والاجتماعي للشعوب، فالأمم التي تمتلك شبكات نقل ذات كفاءة عالية ومستوى خدمة مرتفع تكون قادرة على إحداث نمو اقتصادي وتطور اجتماعي، وتعد أكثر تقدما من تلك التي تعاني قصوراً في مواجهة الطلب على النقل، وحيث لا يوجد نقل تنعدم الأنشطة الاقتصادية ويتدهور المجتمع، حيث أن توليد الثروات والفوائد غير ممكن دون القدرة على تحريك الثروات الطبيعية والأفراد والسلع من مكان إلى آخر.

يساهم التطور الحضاري في عملية النقل حتى يلبي حاجة التفوق على عامل المسافة. ولا زالت عملية النقل بوسائله المختلفة تتصاعد قيمتها وتزداد في جودة أدائها من عصر إلى آخر، فقد اثر التقدم التكنولوجي حالياً على وسائل النقل، من حيث البعدين الرئيسيين وهما: السرعة، والحمولة، وكذلك على شبكات الطرق سواء في داخل المدن أو بين المدن في داخل الدولة الواحدة، أو بين الدول، حتى أنه أصبح من السهل في الوقت الحالي الانتقال عبر الكرة الأرضية، بل يمكن القول بان الأرض

مكان صغير من السهل التنقل عبر أرجائه، إذ أن هناك تغيير ملحوظ في العلاقات المكانية نتيجة للتقدم الفني لوسائل النقل وشبكات الطرق، ويتضح ذلك بمقارنة إمكانية الوصول حاليا بين الدول وبعضها، والزمن الذي يستغرقه الفرد للانتقال من مكان إلى آخر، وبين ما كان يستغرقه للانتقال عبر نفس المسافة منذ فترة من الزمن.

ويهتم الجغرافي بالمواقع والطرق وشبكات النقل المختلفة والتي تعد أساسا للعلاقات المكانية ويعتمد النشاط السياحي مثله مثل الأنشطة الاقتصادية جميعها على شبكات الطرق ووسائل النقل، حيث أن للوقت وبالتالي للمسافة اثر كبير على نشاط السياحة.

ويعد عامل النقل، سببا من أسباب قيام صناعة السياحة وازدهارها ونتيجة لها في نفس الوقت، فبواسطة الطريق يتم توفير متطلبات أنشطة السياحة والترويح في المكان المقصود، وبواسطة الطرق أيضا يتم ربط المزار السياحي بأسواق الطلب السياحي، مما يعني أن النقل يشكل أساساً هاماً من أسس قيام صناعة السياحة ورواجها، كما يعد بخصائصه وطبيعة وسائله وحجم الحركة على شبكاته ومحاوره نتيجة لها، والثابت تاريخياً أن ازدهار صناعة السياحة في أقاليم ودول العالم المختلفة ارتبط طرديا بتقدم طرق ووسائل النقل، فتزايد أعداد السياح في سويسرا ارتبط – رغم موقعها الجغرافي المتوسط في قلب أوروبا- بتقدم طرق النقل التي تربطها بدول القارة وتعدد شبكاتها، كما أن ضغط المصطافين على الريفيرا الفرنسية والايطالية والساعين إلى الاستجمام والراحة في المنتجعات الجبلية الأوروبية لم يتم بمعدلاته الكبيرة ألا بعد اتساع دائرة شبكات النقل ورفع مستوى كفاءتها، وهو نفس ما حدث بالنسبة للمنتجعات الساحلية في جنوبي شرق بريطانيا، والمزارات التاريخية والقرى السياحية في جمهورية مصر العربية (الزوكة، 1996، ص 188) .

وبعد أن كان ازدهار المزارات السياحية والترويحية مرتبطاً بتطور خطوط السكك الحديدية واتساع شبكاتها في أوروبا خلال القرن التاسع عشر، ارتبطت مثل هذه الأمور بازدهار شبكات النقل بالطرق والتوسع في استخدام السيارات عليها، وهي

وسيلة نقل تميزت بالمرونة وحرية الحركة ما أسهم في اتساع دائرة التوزيع الجغرافي للمنشآت السياحية، والتي أصبح من الممكن تشييدها عند أية نقطة على طول امتداد الطريق (تبعا للعديد من المتغيرات المؤثرة في ذلك) وليس عند نهايته كما كان الحال عند استخدام السكك الحديدية خلال القرن التاسع عشر، وهو ما أدى إلى انتشار الموتيلات على نطاق واسع في العديد من دول العالم، ولا يمكن إغفال بعدي المكان (أو المسافة) والوقت من اقتصاديات النقل السياحي، وتكلفة الرحلة السياحية بصرف النظر عن كل من قوة الجذب السياحي للمزار، والإمكانات المادية للسياح، فالمسافة الفاصلة بين موطن السائح وموقع المزار المقصود، والوقت الذي تستغرقه الرحلة تدرج ضمن المتغيرات التي تحدد تكلفة النقل ووسيلته، وبالتالي تحدد حجم الأفواج السياحية ومحاور اتجاهاتها (الزوكة، 1996، ص 189).

وتبرز أرقام الجدول رقم "7" عظم تأثير عاملي المسافة الفاصلة بين موطن السائح والولايات المتحدة الأمريكية والوقت الذي تستغرقه الرحلة، وما يتبع ذلك من تحديد تكلفة الرحلة السياحية ضمن المتغيرات المؤثرة فيها، إذ يلاحظ ارتفاع أعداد الوافدين إلى الولايات المتحدة من جاراتها كندا والمكسيك حيث بلغوا نحو 13.4 مليون سائح، وهو ما يعادل 63.9٪ من جملة الوافدين إلى الولايات المتحدة عام 1985، ومن الطبيعي أن يتجاوز عدد الوافدين إليها من كندا (51.8٪ من جملة الزوار) .

جدول " 7 "

بعض أعداد السياح القادمين إلى الولايات المتحدة

الدولة	عدد السياح بالألف	النسبة المئوية
كندا	1.880	51.8
المكسيك	2542	12.1
اليابان	1496	7.1
بريطانيا	861	-
ألمانيا	509	4.1
فرنسا	3360	2.4
استراليا	240	1.6
جزر بهاما	220	1.0
ايطاليا	192	0.9
البرازيل	3492	-
دول أخرى		16.7

المصدر: محمد خميس الزوكة: صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، 1996، ص 190.

ويلاحظ أن أعداد الوافدين من المكسيك (12.1٪ من جملة الزوار) بحكم ارتفاع مستويات الدخول في كندا، وهو نفس السبب الذي أدى إلى ارتفاع نسبة السياح الوافدين. ومن اليابان بالقياس إلى الوافدين من دول العالم الأخرى، مما يعني قدرتهم على تحمل نفقات النقل الكبيرة بحكم بعد المسافة بين الدوليتين (الزوكة، 1996، ص 189- 190)

وتتباين وسائل النقل المستغلة في صناعة السياحة والترويح، ويختلف المختار منها من قبل السياح والزوار تبعا لعدة عوامل مثل الإمكانات المادية للسائح وطول الرحلة السياحية وعدد أفراد الفوج السياحي (الزوكة، 1996، ص 191).

أما بخصوص أطوال الطرق، في الأراضي الفلسطينية نجد أن البيانات المتوفرة تتباين حسب مصدرها، حيث تشير البيانات المشتقة من سجلات المركز الجغرافي الفلسطيني إلى أن مجموع أطوال الطرق في الأراضي الفلسطينية بلغت حوالي 3804 كيلو متر منها 262 كيلو متر في القدس وذلك في نهاية عام 1996، بينما تفيد بيانات وزارة الأشغال العامة أن مجموع أطوال الطرق في الضفة وغزة بلغ 2495 كيلو متر في نهاية 1998، وعلى اعتبار أن مجموع أطوال الطرق في الضفة الغربية وقطاع غزة بلغ 2495 كيلو متر، فان الكثافة إلى السكان تبلغ 0.8 كم لكل ألف نسمة، بينما تبلغ الكثافة إلى المساحة 0.4 كيلو متر فقط وهي نسبة متدنية (حماد، 2003، ص 212-211).

وتفيد الإحصاءات الفلسطينية الرسمية بأن مجموع المركبات المرخصة في الضفة الغربية وقطاع غزة بلغ 140212 مركبة في نهاية العام 1998 موزعة بنسبة 66.6٪ في الضفة و 33.4٪ في قطاع غزة.

ونظرا لما تتمتع به فلسطين من أهميه كبيرة على الخريطة السياحية الدولية فإن السلطة الفلسطينية والمؤسسات المعنية مطالبة بالعمل الجاد على تطوير هذا الجانب سواء من حيث توسيع الطرق وتقييدها وتجميلها وشق طرق جديدة، وأيضا العمل على توفير وسائل المواصلات الحديثة مما يسهل الحركة السياحية ويشكل عامل جذب للسياح.

الفصل السادس
النقل والخدمات

للنشر والتوزيع
الوراق
www.alwaraq-pub.com

النقل والخدمات

أولاً: النقل والخدمات :

زيارة السياح وإقامتهم تعني ظهور طلب على سلسلة من الخدمات بالنسبة لأجزاء الرحلة المتحركة والثابتة، فكل منها يمكن أن يوجد طلبا لأكثر من مرة في الرحلة الواحدة أثناء هذه الزيارة أو الرحلة. والخدمات السياحية الرئيسية التي تستدعيها مثلاً عناصر الرحلة المتحركة وهي وسائل النقل في بداية وأثناء ونهاية الرحلة،وجهة المصدر والإيواء والتجهيز السياحي والتسلية والترفيه هي التي تشكل الخدمات الرئيسية (ابو رباح، 1998، ص 67)

وتعتمد شهرة المدن السياحية، فيما بينها بمقدار جودة الخدمات الرئيسية لخدمة السياحة، وما تحوزه من خدمات رئيسية متنوعة مثل: خدمات النقل، والمواصلات، والبنية الأساسية، والخدمات السياحية، على تنوعها والتي تساهم مجتمعة في النهوض بصناعة السياحة، وتشجيع الحركة السياحية، وعليه فالنقل يمثل أحد العناصر الرئيسية لقيام السياحة حيث أن سهولة الوصول إلى المواقع السياحية هي التي تضفي على تلك المواقع أهميتها النسبية، حيث تنقص أو تزيد تبعا لمدى تيسر هذا العنصر.

وهناك علاقة طردية بين التطورات التي هدها النقل ووسائله وطرقه وبين زيادة الحركة السياحية، والامتدادات المكانية للمسافات التي يقطعها السياح، كما أن توفر النقل بأنواعه التي تمايز بين مدى جاذبية المناطق للسياح، فالمناطق السياحية مهما كانت قيمتها التاريخية أو الترفيهية أو الجمالية فإنها تفقد قيمتها إذا تعذر الوصول اليها. ويعد عدم توفر سبل النقل الميسرة، وعدم وجود روابط للسكك الحديدية، أو الطرق وغيرها بين الدول المتجاورة عوامل تؤثر في حجم الإقبال السياحي، وتقلل من حفز الناس على التحرك (الحريري، 1991، ص 104).

ويظهر اثر هذا العامل في الوصول على السياحة في مناطق متعددة من العالم، فعلى سبيل المثال لا الحصر فتونس مثلاً، التي تقع على ساحل البحر المتوسط،

وفي ملتقى خطوط الطيران بين اوروبا وأمريكا والشرق الأقصى، اعتمدت على موقعها المتوسط للعالم، وسهولة المرور بها كمقوم من مقومات السياحة بها، وأقامت مراكز عالمية للتصييف، حتى أصبحت السياحة تساهم بنصيب كبير في دخلها القومي. وادت كثافة وسهولة حركة النقل مع هاواي في وسط المحيط الهادي بالإضافة إلى عوامل أخرى، إلى سيولة كبيرة في الحركة السياحية بها، والى توسع المناطق السياحية أيضاً (الحريري، 1991، ص 105)

ولا بد من الأخذ بالاعتبار أن الاهتمام بسهولة الوصول إلى محلات الجذب السياحي بإقامة الطرق العلوية وشق الأنفاق، لا يؤثر على تغيير الطابع البيئي أو الحضاري. ولعل واحدة من عوامل الجذب السياحي الرئيسية في أسبانيا بالنسبة للأجانب بجانب الشمس المشرقة، والثراء التاريخي الطويل لأسبانيا، والمظهر الطبيعي العام هو أن المدن والقرى السياحية لم تهدم أو تشوه بطرق النقل الثقيلة (J. Nylon , 1971, p.39).

وهناك اتجاهان واضحان في نوعية المواصلات التي يستخدمها السائحون في أنحاء العالم، الاتجاه الأول يميل نحو زيادة استخدام النقل الجوي وقلة نصيب النقل البحري وذلك للسياحة عبر المسافات الطويلة أي بين الدول. أما في داخل الدولة، فالاتجاه يتضح إلى تفضيل استخدام الطرق البرية بالسيارات، وبالتالي هبوط معدل النقل السياحي عبر المدن بالسكك الحديدية (وزارة السياحة المصرية، 1977، ص 56).

ويعد توفر النقل وسهولته من العوامل التي تحدد مدى نصيب المناطق السياحية والدول والأقاليم المختلفة من أعداد السياح الدوليين، ويفسر لنا هذا الوضع النسبة الكبيرة من السياح التي تختص بها القارة الأوربية، وكذلك أمريكا الشمالية من السياح الدوليين، فالنقل بينها عبر الأطلنطي من أكثف شبكات النقل في العالم، كما ينتشر على جانبي الحوض الشمالي من هذا المحيط في كل من القارتين أكثف شبكات النقل للسكك الحديدة والطرق البرية والجوية في العالم، التي ساعد توفرها على تنشيط الحركة السياحية بينهما وداخل كل منها. كما أدى كثافة وسهولة حركة النقل الجوي

مع هاواي وسط المحيط الهادي بالإضافة إلى عوامل أخرى، إلى سيولة كبيرة في الحركة السياحية بها وإلى التوسع في إقامة المناطق السياحية أيضا.

ولكل نوع من أنواع النقل، استخدام خاص في النقل السياحي، ويختلف استخدامها تبعا للعوامل الآتية (الحريري، 1991، ص 105):

1- موطن السائح بالنسبة للجهة التي يقصدها بالزيارة والمسافة بينهما .. ففي حالة المسافات الطويلة يفضل السائح السفر بالطائرة خاصة إذا كان قادراً على تحمل نفقاتها.

2- في حالة وجود طرق برية جيدة صالحة يفضل المسافر استخدام السيارات أو الأتوبيسات السياحية.

3- مدة الإجازة لها علاقة بزمن الرحلة .. بذلك فكلما قلت فترة الرحلة يفضل سرعة الانتقال، كلما كان ذلك أدعى إلى تفضيل الوسيلة الأسرع.

4- تتدخل المقدرة المالية للسائح في نوع النقل المستخدم، فاستخدام السكة الحديدية في السفر اقل تكلفة من الباخرة، والأخيرة أقل تكلفة من السيارة، وجميعها أقل تكلفة من الطائرات، ومن هنا تكون المفاضلة على أساس التكلفة في علاقتها بموارد السائح والوقت المتاح.

وبذلك فان الخصائص المميزة لأنواع النقل والمشروعات الخاصة بتنمية وتطوير شبكاته لها أهميتها كموارد تزيد من الحركة السياحية بجذب أعداد متزايدة من السائحين.

ويساعد انتظام مواعيد السفر، وتواصل الحركة على خطوط النقل على تشجيع استخدامها وتنظيم الرحلات السياحية عن طريقها حيث يمكن ضبط مواعيد رحلات السفر والعودة إلى المناطق السياحية، وكان هذا من عوامل تنشيط السياحة بين الدول الأوربية واليها وكذلك بينها وبين الولايات المتحدة الأمريكية، وبداخل الأخيرة. وكلما توفر عنصر الراحة كلما كان ذلك من عوامل جذب حركة لسياح إلى وسيلة دون الأخرى، وبالتالي إلى المنطقة التي تتجه إليها، وتظهر مثل هذه الخدمات على

طول امتداد الطرق السريعة في كل من أوروبا وأمريكا الشمالية، مما يشجع استخدام السيارات في الارتحال عبر أنحاء الدولة الواحدة وعبر حدودها إلى الدول الأخرى المجاورة والقريبة. ويتدخل عامل اختلاف أجور السفر بين الوسائل المختلفة للنقل في جذبها للسائحين، وتعمل الوكالات الخاصة بالعمل السياحي على منح تخفيضات للرحلات الجماعية، لجذب أعداد متزايدة من السائحين، كما أن هيئات النقل بدورها تقدم مثل هذه التيسيرات، ومن ذلك التعريفات العادية والمخفضة بالسكك الحديدية أو البواخر، وكذلك أجور الدرجة الأولى والدرجة السياحية بالطائرات (الحريري، 1991 ، ص 105-106).

ثانياً: التطور في نمو وسائل النقل وأثرها على السياحة:

لقد شهدت وسائل النقل المختلفة تطوراً ملحوظاً خلال العقود الماضية مما انعكس بصورة ايجابية على الحركة السياحة. وتنحصر العوامل المؤثرة على سرعة الحركة النسبية لوسائل النقل على مدى تطوير الوسائل التقليدية المعروفة، بالإضافة إلى الوسائل التي استحدثت بعد ذلك. وقد لوحظ على مدى التاريخ أن تطوير هذه الأساليب للتغلب على العوائق العائقة لزيادة السرعة أدت إلى استخدام أنواع أخرى أكثر تطوراً، فازدهار صناعة السياحة والترويح في أقاليم ودول العالم المختلفة ارتبط طردياً بتقدم طرق ووسائل النقل، ولا تصبح المواقع السياحية أكثر جذباً للسائحين طالما لا تتوافر لها إمكانية الوصول بصرف النظر كما تقدمه من تسهيلات (عز الدين وعاشور، 2002، ص 119).

- **وسائل النقل البرية:**

منذ اختراع العربة والقطار لم يطرأ عليهما أي تطوير يذكر بالنسبة للسرعة، نظراً لارتباطاتها بالقوة الحركة التقليدية وبالأرض التي يسيران عليها، وما يعترض طريقهما من عوائق أرضية وطبيعية، وقد كان لرفع القطار عن الأرض أثره الفعال في انطلاق سرعاته، وقد تمثل ذلك في قطارات وحيدة القضيب، والقطارات التي تسير على الوسادة المغناطيسية. وقد أزاحت كلاً من الطريقين الاحتكاك الأرضي مما ساعد على

الانطلاق كما أمكن الاستغناء عن التحكم البشري باستخدام العقول الالكترونية في التشغيل مما ساعد على زيادة هذه السرعات (الأفندي، بدون تاريخ، ص 42).

- **وسائل النقل البحرية النهرية :**

تمثل العائق الرئيس لانطلاق سرعة هذه الوسائل أساسا في مقاومة احتكاك المياه، وقد تمثل التطور في هذا المجال بمثل ما أتبع مع الوسائل البرية، حيث أمكن رفع الزوارق الحديثة عن اكبر مساحة من المياه لتفادي مقاومتها بالإضافة إلى تطوير قوتها المحركة، وقد تمثل ذلك في الهيدروفيل ذو الزعانف، وقد استنبط من هذه الأنواع زوارق ذات سرعة فائقة وحمولات متوسطة وهي تعد حالياً أحد الأساليب الحديثة الرئيسية في الرحلات السياحية الساحلية في الأنهار والبحار (الأفندي، بدون تاريخ، ص 42).

- **وسائل النقل البرمائية :**

وهي وحدات النقل التي يمكنها السير على الأرض والمياه في نفس الوقت، وتتمثل أساساً في وحدات الهوفركرافت التي تسير على وسادة هوائية تساعدها على السير فوق الأرض وفوق المياه بسرعة فائقة لا يعوقها احتكاك الأرض أو المياه، وتمتاز هذه الوحدات بقوتها المحركة المماثلة للطائرات، حيث تندفع بقوة دفع الهواء بمراوح هوائية، بالإضافة إلى إمكانيات تفادي العوائق الأرضية كالمرتفعات والأراضي الرخوة، وكذلك البحيرات أو المستنقعات، وتعد هذه الوسيلة انسب الوسائل للنقل بين المدن القريبة، وتستخدم هذه الوسيلة في عبور القنال الانجليزي بين بريطانيا وفرنسا، وكذلك الرحلات السياحية عبر البحار والمستنقعات (الأفندي، بدون تاريخ، ص42).

- **وسائل النقل الجوي:**

أن التطور الذي واكب الطائرات المدنية فاق كل تصور، فقد تزايدت سرعتها حتى جاوزت سرعة الصوت، وأصبح السفر من دولة لأخرى عبر الكرة الأرضية يقل كثيرا في زمنه عن بعض السفريات بالوسائل الأخرى حتى داخل بعض الدول نفسها، بل قد أصبح السفر بالطائرات محليا له الأفضلية على هذه الوسائل، وخاصة في الدول المترامية الأطراف كالولايات المتحدة الأمريكية، والاتحاد السوفيتي سابقاً، إذ أصبح

السفر بالطائرات محليا يستغرق ساعات معدودة يقابلها ولنفس المسافات أيام باستخدام الوسائل الأخرى. وقد أصبحت سرعة هذه الطائرات العامل الأساسي في تحول السفريات المحلية إليها بدلا من الوسائل الأخرى في الدول الصحراوية أو الجبلية كالمملكة العربية السعودية ودول شمال أفريقيا والصين والهند، ولا يخفي أن تزايد سرعة الطائرات وتجاوزها سرعة الصوت قد أغرت الكثير من رجال الأعمال للسياحة والسفر، كما شجعت الكثيرين على السفر لقضاء رحلات نهاية الأسبوع والعطلات القصيرة وهي الرحلات التي تميز النشاط السياحي في ظروفنا الحالية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 42- 43).

ثالثاً: طرق النقل :

من العوامل الرئيسية التي تؤثر على سرعة حركة وسائل النقل السبيل أو الطريق الذي تتبعه هذه الوسائل، فهي إحدى العوامل المحددة للانطلاق المنشود في السرعات دونما عوائق أو عقبات، ويتضح ذلك فيما يلي (الأفندي، بدون تاريخ، ص 43):

أ. **الطرق البرية**: أمكن التغلب على العقبات الطبيعية الأرضية التي تعوق شبكات النقل البرية بواسطة الأنفاق الأرضية والجسور العلوية، كما أمكن الارتفاع عن سطح الأرض بتسيير القطارات والمركبات المعلقة على قضبان وحيدة أو حبال معدنية، كما يضاف إلى ذلك جودة رصف شبكات الطرق، وسهولة المرور عبرها عن طريق تلاقي التقاطعات باستخدام الكباري والجسور العلوية، وتنظيم حركة المرور بالإشارات الضوئية الاتوماتيكية، وهي أمور ساعدت على زيادة السرعات على شبكات الطرق داخل الدولة نفسها، وبينها وبين الدول المجاورة. وتتخذ

ب. **الطرق البحرية النهرية**: من الأمور التي ساعدت على الاستفادة من السرعات الفائقة لوسائل النقل البحري والنهري الوسائل المستحدثة السابقة ذكرها الهيدروفيل والهوفركرافت، والاتفاق بين الدول التي تعبرها هذه الوسائل، فضلا عن إزالة العقبات الصناعية عبر الممرات المائية. ولقد أقدمت بعض الدول

كالاتحاد السوفيتي سابقاً على شق ترع خاصة مستقيمة للوصول بين البحار التي تطل عليها بسرعة تحرك المراكب والزوارق عبرها بالسرعة المطلوبة.

ج. **الطرق الجوية:** على ضوء التطورات السريعة التي صاحبت وسائل النقل الجوية ذات السرعات العالية استلزم الأمر إنشاء شبكات طرق ملاحية جوية محددة، وعلى اختلافات مختلفة مؤمنة بالوسائل اللاسلكية والالكترونية لتأمين التحرك السريع لهذه الوسائل المتمثلة في الطائرات.

رابعاً: تطور ونمو السياحة وعلاقته بالنقل:

من العوامل الأساسية لنمو النشاط السياحي، تكلفة الرحلات السياحية، وخاصة سياحة المجموعات، وهي التي تمثل الثقل الأكبر في صناعة السياحة (الأفندي، بدون تاريخ، ص 43).

ونظرا لأن نفقات النقل تمثل ما بين 50-70٪ من نفقات الرحلة السياحية لهذه المجموعة، فقد اتجه تطور أسلوب النقل إلى خفض هذه التكلفة، وذلك عن طريق زيادة حجم وسائل النقل المرتفعة الأجرة لنقل السائحين وهي الطائرات، وقد تمثل ذلك في طائرات الجامبو التي تسع لما يقرب من 450 فرداً، وكذلك طائرات الأوتوبيس ذات السعة الكبيرة، وجميعها تهدف أساساً إلى خفض تكلفة النقل للفرد، وتمثل الطائرات الأولى أسلوب النقل الرخيص عبر القارات، كما تمثل الثانية نفس هذا الأسلوب عبر الدول المتجاورة، وخاصة بين الدول الأوربية، وقد كان لزيادة أمان واطمئنان السفر بالوسائل الحديثة للنقل بمختلف أشكالها الأثر البالغ على زيادة الوعي لدى الأفراد للإقبال على السفر (الأفندي، بدون تاريخ، ص 44).

ويعد أسلوب النقل الجماعي أحد العوامل الأساسية لتنشيط حركة السياحة، نظراً لانخفاض نفقات هذه الرحلات، وقد شجعت المنظمات الدولية والمحلية هذا الأسلوب، واعتمدت نفقاته الزهيدة التي تقل كثيرا عن نفقات الرحلات الفردية. وباستعراض النمو السياحي لدول العالم، يلاحظ ازدياد معدله للدول التي تتمتع بالاستحواذ على المراكز النشطة لمختلف وسائل النقل العالمية بالإضافة إلى موقعها

الجغرافي الذي يمكنها من استخدام وسائل النقل المتعددة التي تلبي رغبات السائحين المختلفة، ومثالا على ذلك يزداد النمو السياحي في الدول التي تمر بها اكبر قدر من الخطوط الجوية لشركات الطيران العالمية للدول المختلفة، أو كملتقى مرور هذه الخطوط عبر رحلاتها، مما يشجع السائحين على استغلال هذه الميزة، وقضاء جزء من أوقات إجازاتهم المخططة في هذه الدول التي تمر بها هذه الخطوط كرحلات سياحية عرضية في الطريق إلى الهدف النهائي، كما أن وجود اتصال ارضي متقارب بين الدول يدفعها إلى التعاون فيما بينها، مما يتبعه تشجيع مواطنيها على السفر والسياحة لسهولة التنقل فيما بينها، ومثال على ذلك دول وسط أوروبا وخاصة سويسرا وألمانيا وايطاليا وفرنسا و الدول المتقاربة الأخرى. وتتصف هذه الدول بأنها تعد محطات متوسطة للخطوط الجوية العابرة للقارات والمحيطات من الشرق إلى الغرب، ومن شرق آسيا حتى غرب أمريكا الشمالية، ويلاحظ في سياحة النقل الجوي أن كثير من الدول تعتمد أساساً على ما يسمى "النقل العابر" فدولة كسويسرا على سبيل المثال تشير الاحصائيات إلى أن غالبية خدمات شركات طيرانها مع ضخامة حركتها، تعتمد أساسا على النقل العابر، وليس النابع من الدولة نفسها، أو إليها، يضاف إلى ذلك أن الموقع الجغرافي لدولة مثل تونس، قد أدى إلى ازدياد النمو السياحي فيها لوجودها على الساحل الجنوبي للبحر المتوسط، حيث تصلها خطوط بحرية منتظمة للعبارات التي تنقل السائحين مصطحبين عرباتهم الخاصة عبر أوروبا إليها (الأفندي، بدون تاريخ، ص 44).

خامساً: السياحة الجماعية والفردية وعلاقتها بتحسن وسائل النقل:

أظهرت الإحصائيات أن التقدم الذي صاحب وسائل لنقل المختلفة وسبلها من أمان وتحسن في وسائل النقل المختلفة من عربات وطائرات والاطمئنان للسفر عبر شبكات الطرق الحديثة برية وبحرية وجوية، شجع على إقبال الأفراد على القيام بالرحلات السياحية المحلية أو الخارجية فيما بين الدول المتجاورة بوسائل النقل الفردية عنها بوسائل النقل عامة، بمعنى أن هذه التسهيلات الخاصة بالسيارات للتنقل من

مكان إلى آخر لقضاء عطلات نهايات الأسبوع والعطلات القصيرة بعيدا عن مراكز العمل كان من العوامل المشجعة على ترويج النشاط السياحي، فقد دلت الإحصائيات أن مستخدمي وسائل النقل العامة للسفر لقضاء أوقات إجازاتهم خارج مواقع عملهم في بريطانيا بلغت حوالي 75٪ في عام 1951، في حين انخفضت هذه النسبة إلى 30٪ فقط في عام 1970، بمعنى أن الاتجاه العام يؤثر إلى زيادة استخدام وسائل النقل الخاصة، لما تتصف به هذه الوسائل من مرونة في الاستخدام، وحرية في الحركة بعيدا عن الالتزام بالمواعيد المحددة والأماكن المعينة التي تصل إليها وسائل النقل العامة (الأفندي، بدون تاريخ، ص 44).

1- دور وسائل النقل المختلفة في تنشيط السياحة:

- دور النقل الجوي في السياحة: من المعروف أن غالبية الحركة السياحية والعالمية منها خاصة، تتم في وقتنا الحاضر عن طريق النقل الجوي أساسا، وقد ازداد هذا النشاط بعد الحرب العالمية الثانية، والتطور الذي صاحب صناعة الطائرات السريعة وذات السعات الكبيرة. وقد ساعد على ذلك إمكانيات وسيلة النقل الجوي من السفر لمسافات شاسعة عبر القارات والمحيطات في خطوط مستقيمة لا تعترضها عقبات طبيعية كانت أحد عوامل الحد من هذه الرحلات في الأزمنة السابقة، وساعد على ذلك، التجاوب التقني لوسائل النقل الجوي لمقابلة احتياجات الأفراد من ناحية السرعة في السفر، وانخفاض التكلفة، وإمكانيات الوصول لمختلف الأماكن السياحية، ويتمثل ذلك في الطائرات العريضة الجسم الطويلة المدى ذات السعات الكبيرة التي ساعدت على التنقلات الطويلة بتكاليف نافست وسائل النقل الأخرى، كما وأن الطائرات العريضة الجسم القصيرة والمتوسطة المدى قد ساعدت على التنقلات القصيرة المتوسطة فيما بين الدول المتجاورة والمتقاربة بتكاليف زهيدة، ويتمثل ذلك في طائرات الأتوبيس الطائر التي صنعت خصيصا لصالح دول أوروبا للتنقل فيما بينها كما ساعدت الطائرات العمودية (الهيلويكوبتر) على إمكانيات التنقل والوصول إلى مختلف الأماكن

السياحية منافسة في ذلك وسائل النقل البرية التي قد يتعذر استخدامها بالنسبة للعوائق الطبيعية (الأفندي، بدون تاريخ، ص 45).

- مكاتب السياحة وشركات النقل الجوي: من المعروف أن العلاقة وثيقة بين المكاتب السياحية المنظمة للرحلات وبين شركات النقل الجوي، حيث أن العامل الأساسي في هذه الرحلات هو وسيلة النقل، فضلا عن أن هذه الأخيرة تستحوذ على ما يقرب من 70٪ من التكلفة الكلية لهذه الرحلات السياحية، وقد اتجه هذا التقارب في وقتنا الحاضر إلى الحد الذي أصبحت فيه هذه الشركات السياحية تتبع أساسا شركات نقل جوي، أو أن هذه الشركات الأخيرة تدفع من داخلها شركات سياحية تعمل على خدمتها وتروج لرحلاتها وهو ما يعرف بالشركات المنبثقة **Affiliated companies**، بل ازداد هذا التقارب إلى المدى الذي دفع هذه الشركات بعدم الاكتفاء بتنظيم الرحلات السياحية والنقل، بل ضمت إليها وسائل الإعاشة ومراكز الترفيه السياحية أيضا كالفنادق والمراكز الترفيهية، وتشجيع لحركة النقل الجماعية، فقد قامت هذه الشركات المنتظمة الرحلات **Regular** بإنشاء شركات نقل جوي غير منتظمة **Charter** وخارج منظمات النقل الدولية وذلك بهدف نقل المجموعات السياحية بأجور زهيدة، وذلك بعكس الشركات المنتظمة والمقيدة بجداول مواعيد محددة، وبأجور دولية متساوية، وتنظم رحلاتها الجوية بصرف النظر عن مدى ما تحمله من ركاب، وذلك تطبيقا للمبدأ الاقتصادي المعروف حيث تقل تكلفة الوحدة مع زيادة الحجم المنقول. ويتمثل ذلك في مصر في شركة ايرفرانس التي تملك فندق الميريديان، وشركة بان اميركان التي تملك فندقا وناديا ليليا بنفس الاسم في لبنان، نخلص من ذلك بان تجاوب أسلوب النقل الجوي ووسائله مع متطلبات النشاط السياحي قد ساعد بشكل أساسي على زيادة نمو هذا النشاط ويتمثل ذلك أساسا في زيادة الأعداد المنقولة في أسرع وقت وتكلفة أقل (الأفندي، بدون تاريخ، ص 46).

2- دور النقل البحري والنهري:

كان النقل البحري هو الأسلوب الرئيسي للنقل السياحي عبر المسافات الطويلة وعبر القارات حتى عام 1950، حيث بدا النقل الجوي في جذب هذا النشاط، إلا أن هذا الأسلوب لا يزال احد الوسائل المفضلة لما لهذه الوسيلة نفسها من متعة ذاتية كأحد وسائل الراحة والترفيه، وهو الأمر الذي تنفرد به هذه الوسيلة عن باقي وسائل النقل الأخرى برية كانت أو جوية لدى شريحة من السياح والمسافرين. وينحصر دور هذه الوسيلة أساساً كوسيلة لنقل الأفراد من مواقع أقاماتهم أو مراكز أعمالهم إلى مواقع راحتهم وترفيههم، ولذا فقد تبدأ الرحلة من أوروبا إلى أفريقيا عبر البحر المتوسط، وقيام ذلك بالعبارات البحرية المجهزة لنقل الأفراد مصطحبين سياراتهم الخاصة. وقد عمل استخدام أنواع من الزوارق السريعة المشابهة للطائرات، عبر سواحل البحار والأنهار، كأحد وسائل النقل البحرية السريعة والتي تتيح الاستمتاع بجمال الطبيعة بالإضافة إلى استخدامها كوسيلة للنقل على تعزيز النشاط السياحي في كثير من الدول حيث تستخدم هذه الوسيلة في السواحل الشمالية والجنوبية لأوروبا، وعبر الأنهار الطويلة في دول أوروبا والولايات المتحدة وكندا (الأفندي، بدون تاريخ، ص 46- 47).

3- دور النقل بالسكك الحديدية:

يغلب استخدام هذه الوسيلة أساسا ضمن النشاط السياحي الداخلي، بالإضافة إلى استخدامها فيما بين الدول المتقاربة كدول أوروبا، وقد ازداد استخدام هذه الوسيلة مع تطوير شبكات السكك الحديدة عبر أوروبا، بالإضافة إلى ما طرأ على أسلوب استخدامها أخيراً من حيث إمكانية نقل الأفراد وسياراتهم لاستخدامها فور الوصول إلى بلد المقصد السياحي أسوة بما هو متبع مع العبارات البحرية السابق الإشارة إليها (الأفندي، بدون تاريخ، ص 47).

قائمة المصادر والمراجع

أولا المراجع العربية

- **الكتب:**

1- إبراهيم، أحمد حسن: جغرافية السياحة، الفجر للطباعة والتصوير، بدون تاريخ.

2- أبو رباح، عبد الرحمن: السياحة الفلسطينية مفاهيم- رؤية- آفاق، منشورات المجلس الأعلى للسياحة، القدس، الطبعة الأولى، 1998 .

3- أبو هاشم، عبد اللطيف زكي: المساجد الأثرية في مدينة غزة، وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، مطابع منصور، غزة، 1995.

4- البكري، فؤاده عبد المنعم: التنمية السياحية في مصر والعالم العربي الاستراتيجيات – الأهداف – الأولويات، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2004 .

5- الجلاد، أحمد: دراسات في جغرافية السياحية، الطبعة الأولى، عالم الكتبة القاهرة، 1998.

6- الجوهري، محمد: علم الاجتماع وقضايا التنمية في العالم الثالث، الطبعة الثالثة، دار المعارف، القاهرة، 1982.

7- الحوري، مثني طه والدباغ، إسماعيل محمد علي: مبادئ السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

8- الديب، محمد محمود إبراهيم: الجغرافية الاقتصادية، الطبعة الخامسة، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1986.

9- الزوكة، محمد خميس: صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996.

10- السعدني، عادل عبد المنعم: جغرافية السياحة والترويح، بدون تاريخ.

11- الاتحاد العربي للسياحة: السياحة العربية أبعاد ومرتكزات، 1975.

12- السيسي، ماهر عبد الخالق: الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة، مطابع الولاء الحديثة، القاهرة، 2004.
13- الشرابي، محبات أمام أحمد: أقاليم مصر السياحية دراسة في الجغرافية السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991.
14- العسلي، كامل جميل: من آثارنا في بيت المقدس، الجامعة الأردنية، جمعية عمال المطابع التعاونية، عمان، 1983.
15- العسلي، كامل جميل: أجدادنا في ثرى بيت المقدس دراسة أثرية تاريخية لمقابر القدس وتربها واثبات بأسماء الأعيان المدفونين فيها، جمعية عمال المطابع التعاونية، عمان، 1982.
16- المبيض، سليم عرفات: النقود العربية الفلسطينية وسكتها المدنية الأجنبية من القرن السادس قبل الميلاد وحتى عام 1946م، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1989.
17- توفيق، ماهر عبد العزيز: صناعة السياحة، دار زهران، عمان، 1997.
18- جقمان، حنا عبد الله يوسف عبد الله: جولة في تاريخ الأرض المقدسة من أقدم العصور حتى اليوم، المجلد الثالث، جولة في تاريخ مقدسات بيت المقدس، الطبعة الأولى، بيت المقدس، 1999.
19- حجاب، محمد منير: الإعلام السياحي، الطبعة الثانية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
20- حسن، سليم: مصر القديمة- الجزء الثاني، القاهرة، بدون تاريخ .
21- خربوطللي، صلاح الدين: السياحة صناعة العصر مكوناتها – ظواهرها – أفاقها، الطبعة الأولى، حازم للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2002.
22- حمود، غادة علي: السياحة الماضي. الحاضر. المستقبل، بدون تاريخ.
23- درويش، كمال درويش والحمامي، محمد: رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ، الطبعة الأولى، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1997.

24- دندراوي، عباس: صناعة السياحة من منظور اجتماعي، المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع، الإسكندرية، بدون تاريخ.
25- روبنسون، جغرافية السياحة، الجزء الأول، "ترجمة محبات إمام"، دار المعارف، القاهرة، بدون تاريخ.
26- زيدان، زكي حسن: حقوق السائح وواجباته في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، التركي للكمبيوتر وطباعة الأوفست، طنطا، ج.م.ع.، الطبعة الأولى، 1998.
27- سهتم، حافظ: القطاع السياحي في تونس: الحصيلة والأفاق المستقبلية، دار سراس للنشر، تونس، 1993.
28- صبري، بهجت: فلسطين خلال الحرب العالمية الأولى وما بعدها 1914-1920، جمعية الدراسات العربية، القدس، 1982.
29- عاشور، سعيد عبد الفتاح: أوروبا في العصور الوسطى- الجزء الأول- التاريخ السياسي، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو المصرية، 1961.
30- عبد الحكيم، محمد صبحي والديب، حمدي أحمد: جغرافية السياحة، الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1995.
31- عبد السميع، صبري: اقتصاديات السياحة، جامعة حلوان، بدون تاريخ.
32- عبد السميع، صبري: نظرية السياحة، الطبعة الثانية، مطابع الطوبجي التجارية، القاهرة، 1993.
33- عبد الوهاب، صلاح الدين: تخطيط الموارد السياحية، مطبوعات دار الشعب، القاهرة، 1998.
34- عبد الوهاب، صلاح الدين: دراسات في الاتجاهات الدولية للسياحة وإدارة منظماتها في مصر، القاهرة، 1988.
35- عبد الوهاب، صلاح الدين: المنهج العلمي في صناعة السياحة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975.

36- عبد القادر،مصطفي: دور الإعلان في التسويق السياحي دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2003.
37- عبده، سعيد: جغرافية النقل في الوطن العربي، الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1997.
38- عز الدين، فاروق و عاشور، محمد عبده: جغرافية السياحة تطور وأسس ومناهج وتطبيقات، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 205.
39- ماكنتوش، روبرت وآخرين: بانوراما الحياة السياحية، "ترجمة عطية محمد شحاتة"، الطبعة الأولى، المجلس الأعلى للثقافة،القاهرة، 2002.
40- مرعي، توفيق: قصة مدينة أريحا، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، دائرة الثقافة بمنظمة التحرير الفلسطينية، بدون تاريخ.
41- منيشل، روجر: تطور الجغرافيا الحديثة، ترجمة محمد السيد غلاب ودولت صادق، الطبعة الأولى، الانجلو المصرية، القاهرة، 1973.
42- مقابلة، خالد والحاج ذيب، فيصل: صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى، دار وائل للطباعة والنشر، عمان 2000.
43- موسى، علي حسين: المناخ والسياحة مع نموذج تطبيقي سوريا ومصر، الطبعة الأولى، دار الأنوار للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 1997.
44- موسى، علي حسين: جنوح الطقس والمناخ، دار الأنوار، دمشق، 1992.
45- موسى، علي حسين: الوجيز في المناخ التطبيقي، الطبعة الأولى، دار الفكر، دمشق 1982.
46- كامل، محمود: السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة المصرية العاملة للكتاب، القاهرة، 1976.

47- كولينات، كلاوس و شتانيكيه، ألبرت: جغرافية السياحة ووقت الفراغ، "ترجمة نسيم فارس برهم" منشورات الجامعة الأردنية، عمان، 1991.

48- هلال، جميل: النظام السياسي الفلسطيني بعد أوسلو دراسة تحليلية نقدية، الطبعة الأولى، مركز دراسات الشرق الأوسط، عمان، 1995.

- **الدوريات والمجلات:**

1- الزبيدي، ماجد: الحركة الفندقية في الضفة الغربية المحتلة، مجلة صامد، السنة العاشرة، العدد 71، دار الكرمل للنشر والتوزيع، عمان، كانون الثاني 1988.

2- القطب، اسحق: مفهوم الترويح ونظرياته في المجتمعات الحضرية، مجلة كلية الآداب، العدد السابع عشر، جامعة البصرة، 1981.

3- أمين، أزاد محمد: مقدمة في الجغرافيا السياحية، العدد الثاني، جامعة البصرة، 1979.

4- اقلاديوس، أيلين وهيب: اقتصاديات السياحة المصرية في الإطار العالمي، "المجلة الجغرافية العربية" الجزء الأول، العدد السابع والثلاثون، الجمعية الجغرافية المصرية، القاهرة، 2001.

5- حماد، عبد القادر إبراهيم : التطور التاريخي للسياحة في فلسطين، مجلة رؤية، السنة الثانية، العدد الثاني والعشرون، الهيئة العامة للاستعلامات، غزة، آب 2003.

6- حزبون، سمير وآخرين، الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية لعمال الفنادق والمطاعم والمقاهي في الأراضي الفلسطينية، مجلة صامد الاقتصادي، العدد 71، دار الكرمل للنشر والتوزيع، عمان، 1988.

7- الأفندي، ليلى: إمكانيات التنمية السياحية في سيناء دراسة جغرافيا، حولية كلية البنات، الجزء الثامن عشر، جامعة عين شمس، القاهرة، يناير، 1995.

8- النقر، محمد الحافظ: مدينة القدس في فترة الاحتلال الإفرنجي (1599-187م)، مجلة البيان، المجلد الثاني، العدد الأول، جامعة آل البيت، عمان، 1999.

9- درويش، ناريمان: المقومات الجغرافية السياحية في محافظة المنيا، "المجلة الجغرافية العربية"، الجزء الثاني، العدد الرابع والثلاثون، الجمعية الجغرافية المصرية، القاهرة ، 1999.

10- سرحان، نمر: المواسم النموذج للسياحة الداخلية في فلسطين، مجلة صامد الاقتصادية، العدد 71، كانون الثاني شباط، 1988، الكرمل للنشر والتوزيع.

11- الحميدي، وليد محمد كساب: التنمية السياحية على ساحل خليج العقبة السعودي، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، العدد المائة، يناير – فبراير – مارس، 2001، جامعة الكويت.

12- سعادة، عمر: المقاومة الفلسطينية وقطاع السياحة الإسرائيلي، مجلة شئون تنموية، السنة العاشرة، العدد 71، دار الكرمل للنشر والتوزيع، عمان، كانون الثاني- شباط- آذار 1986.

13- محمود، عبد العزيز: الخانات والأسواق في فلسطين عرض تاريخي اقتصادي وعمراني، مجلة البيان، المجلد الثاني، العدد الأول، جامعة آل البيت، عمان، شتاء 1419ه/ 1999م.

- **الرسائل العلمية:**

1- حماد، أحمد إبراهيم: الحركة السياحية في مدينة بيت لحم، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، 1994.

2- الأستاذ، صبحي يوسف: المياه والأمن القومي العربي مع التطبيق على فلسطين دراسة في الجغرافية السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة النيلين، 1999.

3- حماد، عبد القادر إبراهيم: الضفة الغربية لنهر الأردن دراسة في جغرافية السياحة، رسالة دكتوراه غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك بين جامعتي الأقصى في فلسطين وعين شمس في ج.م.ع، القاهرة، 2003.

4- الأفندي، ليلى حسن أمين: القاهرة ومصر الوسطى دراسة في جغرافية السياحة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات، القاهرة، 1983.

5- المهيرات، بركات كامل النمر: تنمية السياحة على الساحل الشرقي للبحر الميت، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، 1995.

6- مسعود، محمد كامل متولي: المناخ وأثره على السياحة الخارجية في جمهورية مصر العربية "دراسة في جغرافية المناخ التطبيقي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة، 2002.

7- قيصي، مطيع يوسف محمد: دراسة في جغرافية السياحة في منطقة أريحا والبحر الميت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2000.

- **مصادر أخرى :**

1- الأردنية، سلطة السياحة: التقرير السنوي 1967، عمان، أب 1968.

2- الخواجا، حمدي: الوضع الراهن لقطاع السياحة في فلسطين ومدى استجابته لمتطلبات التعاون الإقليمي المرتقب، ورشة عمل حول السياحة الإقليمية عام 2000، (السياحة الفلسطينية في الإطار الإقليمي)، المركز الفلسطيني للدراسات الإقليمية، الطبعة الأولى، 1997.

3- الزراعة، وزارة: مديرية الغابات والمراعي وحماية البيئة الطبيعية، التقرير الإجمالي عن الفترة من 10-12-1995 إلى 28-2-1997، رام الله.

4- الفلسطينية، الموسوعة: القسم الثاني، الدراسات الخاصة، المجلد الثاني- الدراسات التاريخية، الطبعة الأولى، بيروت، 1990.

5- الفلسطينية، الموسوعة: المجلد الثاني، الطبعة الأولى، 1984م.

6- الفلسطيني، الجهاز المركزي للإحصاء: 2005 ، مشروع النشر والتحليل ، لاستخدام بيانات التعداد، سلسلة الدراسات التحليلية المعمقة (12)، الشباب والثقافة والوقت الحر واقع واتجاهات، رام الله – فلسطين .

7- ـــ 2003، مسح الأنشطة السياحية، 2002، نتائج أساسية، رام الله، فلسطين .

8- ـــ 1999، إحصاءات النقل والاتصالات في الأراضي الفلسطينية، التقرير السنوي، 1998، رام الله، فلسطين .

9- ـــ 2004، مسح الشباب، 2003، النتائج الرئيسية، رام الله، فلسطين.

10- ـــ 2001، مسح القوى العاملة النتائج الأساسية، دورة (تشرين أول – كانون أول 2000) الربع الرابع من العام 2000، سلسلة تقارير مسح القوى العاملة (رقم 19)، رام الله، فلسطين .

11- الغرب، تغريد خيري: سياحة المؤتمرات ومستقبلها في مصر، "في الكتاب السنوي للسياحة والفنادق، تحرير صلاح الدين عبد الوهاب، منشأة المعارف الإسكندرية، 1998.

12- عبد الوهاب، عبد القادر: الأهمية الاقتصادية للسياحة ودورها في دعم الدخل القومي، "السياحة في السودان" دراسات وتوصيات مؤتمر اركويتي الثاني عشر، اركويت 15-17 ديسمبر، 1996.

13- الأفندي، ليلى: محاضرات في جغرافية السياحة، ألقيت على طالبات كلية البنات- جامعة عين شمس، القاهرة، بدون تاريخ.

14- المصرية، وزارة السياحة: النقل والسياحة، بحوث ودراسات إحصائية في اقتصاديات السياحة، نشرة البحوث السياحية، أكتوبر، 1977.

15- فؤاد، سهام محمد، فرص تنمية السياحة الاجتماعية في مصر ومتطلبات تلك التنمية، تقرير مقدم لمؤتمر تنظيم وإدارة السياحة، القاهرة، 16 مايو 1983، الذي عقده الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة، برامج القادة الإداريين، القاهرة.

ثانياً: المراجع الأجنبية :

1- Kraus , R(1971) : Recreation and leisure in Modern society , New York , Appleton – century – crofts .

2- Gray , D and Pellegrino , D.A(Eds.) (A 73).

3- Refections on the Recreation and park .

4- J. Nylon , Tourism Spain's Most Important Industry , Geography , Vol .52 , part 1, No 234, Jan ,1967.

5- Bodlender, J and Others, Developing Tourism Destinations ,Longman, London, 1991.

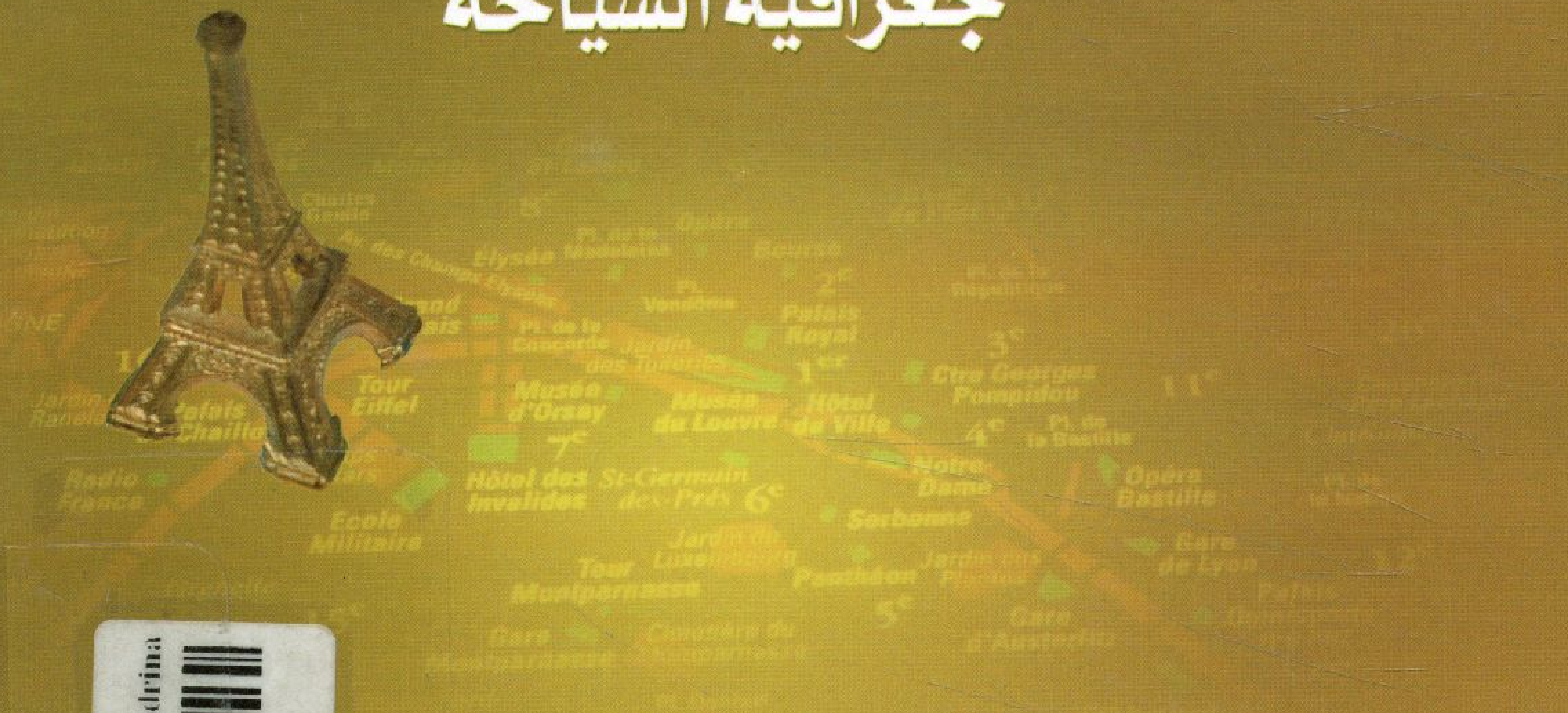
6- Robinson. P.J, contemporary Climatology, London, 1988.

7- Burton, "Experiments in Recreational Research"Urban an Regional Studies, London, George Allen and Unwin, 1971.

8- Robert mcintosh ," tourism demand ",tourism : principles , practices , philosophies , third

مدخل إلى

جغرافية السياحة



Bibliotheca Alexandrina
1213474

9789957333119

الوراق للنشر والتوزيع
www.alwaraq-pub.com

عمان - شارع الجامعة الأردنية
مقابل كلية الزراعة
تلفاكس : 7798 533 6 00962
ص.ب 1527 عمان 11953 الأردن
E-mail: info@alwaraq-pub.com
E-mail: halwaraq@hotmail.com

www.alwaraq-pub.com